



**BERARII ROMÂNIEI**

© Ediția 2009 / 2009 Edition



## Cuprins / Contents

Cuvântul Președintelui The Word of the President	2 – 3
Asociația „Berarii României” The “Brewers of Romania” Association	4 – 5
„Berarii României” și Responsabilitatea Socială “Brewers of Romania” and Social Responsibility	6 – 7
Codul Comunicării Comerciale The Code of Commercial Communication	8 – 9
Contribuția Membrilor BR la economia românească The Contribution of the BR members to the Romanian economy	10
Industria Berii Beer Industry	11
Heineken România	12 – 13
InBev România	14 – 15
Romaqua Group	16 – 17
United Romanian Breweries	18 – 19
URSUS Breweries	20 – 21
Mărcile berarilor noștri Our members’ brands	22 – 23
Contacte Contacts	24





## CUVÂNTUL PREȘEDINTELUI

Vreau să le mulțumesc membrilor Asociației pentru contribuția pe care au adus-o și în 2008 la consolidarea reputației „Berarilor României” în industria berii și pentru susținerea de care au dat dovadă în atingerea obiectivelor.

Sunt foarte bucuroși să urez bun venit în Asociația „Berarii României” celui mai nou membru, companiei Romaqua. Intrarea acestuia în Asociație este o dovadă a faptului că suntem o comunitate puternică în industria românească, care a îndeplinit cu succes rolul de a reprezenta interesele membrilor ei de-a lungul celor cinci ani de activitate.

Ne-am dedicat și vom continua să ne dedicăm timpul, experiența și resursele pentru a susține dezvoltarea comunităților în care ne desfășurăm activitatea.

Suntem mândri că putem contribui la dezvoltarea economică a țării investind mereu în noi facilități de producție, creând locuri de muncă, fiind în același timp un partener de încredere al instituțiilor guvernamentale.

Vom continua să ne concentrăm eforturile pentru a consolida reputația industriei de bere pe piața românească. În același timp vom respecta interesele consumatorilor și vom promova consumul responsabil și moderat, investind în programe de responsabilitate socială, fie că este vorba de promovarea unui stil de viață echilibrat sau de educare a conducătorilor auto.

Doresc să le mulțumesc tuturor partenerilor, colaboratorilor și nu în ultimul rând membrilor pentru eforturile pe care le-au depus în toți acești ani, sprijinind toate demersurile Asociației. Împreună suntem o echipă puternică și ne vom strădui ca prin activitatea noastră, să îmbunătățim viața comunității în care lucrăm.

## WORD OF THE PRESIDENT

I would like to thank members of the Association for their contribution in 2008 in consolidating the “Brewers of Romania” reputation in the beer industry and their support in reaching our objectives.

I am very happy to welcome to the “Brewers of Romania” Association, the newest member, Romaqua Group. This is a proof that we are a strong community in the Romanian industry, which has successfully fulfilled its role of representing the members’ interests along these five years of activity.

We have dedicated and will continue to dedicate our time, experience and resources to sustain the development of the communities in which we carry on our activity.

We are proud to contribute to the economic development of our country by continuously investing in new production facilities, creating work places, being at the same time a trustworthy partner of the governmental institutions.

We will continue to focus our efforts to consolidate the reputation of the beer industry on the Romanian market. At the same time we will respect consumers’ interests and promote a responsible and moderate consumption, investing in social responsibility programs, whether it’s about promoting a balanced lifestyle or educating drivers.

I would like to thank all partners, collaborators and last, but not least members, for their efforts in sustaining the Association initiatives throughout these years. We are a strong team and we will give our best to improve, through our activity, the life of the community we are working in.

*Shachar Shaine*

Președintele Asociației  
Chairman of the Association



## ASOCIAȚIA „BERARII ROMÂNIEI”

În 2004, cei mai mari producători de bere din România, Heineken România, InBev România, United Romanian Breweries și Ursus Breweries își reuneau forțele pentru a clădi Asociația „Berarii României”. Împreună doreau să-și aducă contribuția la construirea unui mediu de afaceri onest și la dezvoltarea comunităților în care operau. Toți membrii aveau ca valori transparența, pasiunea pentru calitate și respectul pentru oameni.

Astăzi „Berarii României” acoperă peste 80% din industria berii în țara noastră. Iar la începutul anului 2009 un nou membru, compania Romaqua Group, s-a alăturat eforturilor noastre de a promova și dezvolta o industrie puternică și responsabilă în România.

Pe o piață competitivă și într-o creștere continuă, atenția noastră este îndreptată către promovarea unei competiții corecte și a unor practici specifice unei economii de piață libere, cu scopul de a crea un mediu de afaceri sănătos. Totodată, sprijinim interesele comerciale ale membrilor noștri pentru a asigura un tratament egal în fața instituțiilor de reglementare.

Jucăm un rol activ în industria berii, încercând să transmitem informații verificate și complete despre piața berii, într-o formă accesibilă și ușor de înțeles pentru public. Vrem să contribuim la binele comunității, membrii Asociației extinzându-și continuu activitățile în două direcții: promovarea unui stil de viață echilibrat, printr-un consum moderat și responsabil de bere, și o politică de marketing și vânzări responsabile.

În acest sens, am elaborat un Cod al Comunicării Comerciale prin care ne-am luat angajamentul să respectăm aceste reguli în beneficiul consumatorului. În 2007, prevederile Codului Comunicării Comerciale au fost introduse în Codul de practică în publicitate al Consiliului Român pentru Publicitate.

Începând cu 1 ianuarie 2008 suntem membri ai organizației „Berarii Europei”, considerată a fi vocea industriei europene a berii în fața diferitelor instituții și organizații internaționale. Fondată în 1958, la Bruxelles, organizația are astăzi 27 de membri.

## THE “BREWERS OF ROMANIA” ASSOCIATION

In 2004, the biggest beer producers in Romania, Heineken Romania, InBev Romania, United Romanian Breweries and Ursus Breweries were putting together their forces to build up the „Brewers of Romania” Association. Together they wanted to bring their contribution in building an honest business environment and developing the community in which they were operating. All members were sharing the same values: transparency, passion for quality and respect towards people.

Today the „Brewers of Romania” covers more than 80% of the beer industry in our country. At the beginning of 2009 a new member, the company Romaqua Group, joined our efforts to promote and develop a strong and responsible industry in Romania.

On a competitive market that is continuously growing, we focus our attention on promoting a fair competition and specific practices to a free market economy, in order to create a healthy business environment. At the same time we support our members’ commercial interests, so as to assure an equal and fair treatment when it comes to the regulatory institutions.

We are playing an active role in the beer industry, trying to transmit to the audience, verified and complete information on the beer market, in an accessible and easy to understand format. We want to bring our contribution to the welfare of the community, the Association members continuously extending their activities in two directions: promoting a balanced lifestyle, through moderate and responsible beer consumption, and a responsible marketing and sales policy. In this respect we have elaborated the Code of Commercial Communication taking the commitment to obey these rules to the benefit of our consumers. In 2007, the stipulations of the Commercial Code of Communication were introduced into the Advertising practice code of the Romanian Advertising Council.

Starting January 1<sup>st</sup> 2008, we are members of the „Brewers of Europe” organization, which is considered to be the voice of the European beer industry in front of various international institutions and organizations. Founded in 1958, in Bruxelles, the organization has today 27 members.



## **„BERARII ROMÂNIEI” ȘI RESPONSABILITATEA SOCIALĂ**

Responsabilitatea Socială face parte din cultura și managementul organizațional al Asociației „Berarii României”. Membrii Asociației sunt parteneri de încredere ai comunităților în mijlocul cărora își desfășoară activitatea, investind permanent în dezvoltarea acestora.

### ***Alcoolul nu te face mare***

Inițiată de către Asociația „Berarii României” și susținută de Poliția Română și Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului campania „Alcoolul nu te face mare” are ca obiectiv educarea liceenilor din România cu privire la efectele nocive ale consumului de alcool la vârsta adolescenței.

Lansat în mai 2006 ca program pilot în București, proiectul s-a bucurat de un real succes în rândul adolescenților. Un an mai târziu, campania „Alcoolul nu te face mare” a fost extinsă la nivel național, adresându-se elevilor cu vârste cuprinse între 14 și 18 ani, din liceele din România. Peste 1.500 de CD-uri cu două filme educative de scurt metraj „Ce înseamnă să fii cool” și „Prețul unei vieți sportive”, și materiale informative au fost distribuite în liceele din țară, pentru a fi incluse în metodologia orelor de dirigenție. În paralel, o caravană al cărei promotor a fost dl. Dr. Cristian Andrei, a străbătut orașele București, Cluj Napoca, Constanța, Craiova, Iași, Ploiești și Timișoara. Peste 2.000 de liceeni au avut ocazia să discute cu Dr. Andrei pe tema consumului de alcool și peste 140.000 de elevi au vizionat cele două filme educative.

În prezent, campania „Alcoolul nu te face mare” are 1200 de „ambasadori”, profesori din mediul preuniversitar, care răspândesc mesajul tinerilor din licee și peste 390.000 de participanți la orele de consiliere susținute de către aceștia.

## **THE “BREWERS OF ROMANIA” AND SOCIAL RESPONSIBILITY**

Social responsibility is part of the “Brewers of Romania” Association culture and management. The members of the Association are reliable partners of the communities where they carry on their activity, permanently investing in their development.

### ***Alcohol does not make you big***

The “Alcohol does not make you big” campaign was initiated by the “Brewers of Romania” Association with the support of the Romanian Police and the Ministry of Education, Research and Youth, and has as objective the education of young Romanians with respect to the negative effects of alcohol consumption at teenage.

Launched in May 2006 as a pilot program in Bucharest, the project had a great success. One year later, the “Alcohol does not make you big” campaign was extended at national level, addressing 14 to 18 years old students in Romanian high schools. Over 1500 CDs with two short educative films “What does it mean to be cool” and “The price of a sports life” along with informational materials were distributed in high schools all over the country so as to be included in the master classes’ methodology. At the same time, a caravan whose promoter was Dr. Cristian Andrei went through Bucharest, Cluj Napoca, Constanța, Craiova, Iași, Ploiești and Timișoara. Over 2,000 high school students have had the opportunity to be counseled by Dr. Andrei on alcohol consumption issue, and over 140,000 students have seen the two educative films.

Now the “Alcohol does not make you big” campaign has 1200 “ambassadors”, primary and secondary level teachers, to spread the message to teenagers in high schools and over 390.000 participants in the volunteer teachers’ counseling classes.



În iunie 2008, Asociația a lansat Ghidul pentru părinții adolescenților „Alcoolul nu-l va face mare”. Peste 7000 de exemplare au fost distribuite părinților și mai mult decât atât, 3600 de părinți și profesori din 108 de licee au discutat pe marginea ghidului în timpul întâlnirilor părinți-profesori. Din iunie 2008 ghidul a fost descărcat de 4000 de ori de pe site-ul campaniei [www.alcoolulnutefacemare.ro](http://www.alcoolulnutefacemare.ro).

Tot în 2008, Asociația „Berarii României” împreună cu Inspectoratul General al Poliției Române au condus un studiu ale cărui rezultate arată că 90% dintre adolescenți sunt conștienți de efectele nocive ale consumului de alcool sub vârsta de 18 ani.

### ***Realitatea se schimbă când conduci băut***

Asociația „Berarii României”, cu sprijinul Direcției Poliției Rutiere din cadrul Inspectoratului General al Poliției Române și Consiliului Național al Audiovizualului, au lansat la începutul anului 2008 campania socială de educare a conducătorilor auto, „Realitatea se schimbă când conduci băut”.

Campania se adresează șoferilor între 18 și 35 de ani din mediul urban și are ca obiectiv diminuarea numărului de accidente rutiere cauzate de alcool.

În perioada 30 aprilie – 4 mai 2008, mii de becuțe „de sărbători” au fost aprinse simultan în intersecțiile a zece mari orașe din țară, pentru a atrage atenția șoferilor asupra pericolelor la care se expun dacă se urcă băuți la volan. Luminițele de sărbători au strălucit în cele mai aglomerate intersecții din București, Cluj, Giurgiu, Iași, Piatra Neamț, Sibiu, Slobozia, Pitești, Ploiești și Drobeta Turnu-Severin, cu scopul de a atrage atenția șoferilor că nu se află în pragul sărbătorilor de iarnă și că „realitatea se schimbă când conduci băut”. Campania a fost comunicată prin canale offline cum ar fi: TV, radio și flyere. De asemenea, o videoconferință a fost organizată la nivel național, cu jurnaliști din 8 orașe, pentru a comunica campania.

In June 2008, the Teenagers’ parents guide “The Alcohol does not make him big” was launched. Over 7000 copies were distributed to parents and, moreover, 3600 parents and teachers in 108 high schools took part in the guide counseling classes within the parents-teacher meetings. Since 2008 the guide has been downloaded more than 4000 times from the campaign website [www.alcoolulnutefacemare.ro](http://www.alcoolulnutefacemare.ro).

In 2008, the “Brewers of Romania” Association together with the General Inspectorate of the Romanian Police have conducted a study that shows 90% of Romanian teenagers are aware of the negative effects of alcohol consumption before turning 18.

### ***Reality changes when you drive drunk***

The “Brewers of Romania” Association, supported by the Road Police Department from the General Inspectorate of the Romanian Police and the National Audio-Visual Council launched, at the beginning of 2008, the social campaign to educate car drivers “Reality changes when you drive drunk”.

The campaign addresses urban drivers between 18 and 35 years old and has as objective the decrease of car accidents’ number caused by alcohol consumption.

Thousands of “holiday” lights were simultaneously lit in the intersections of 10 Romanian cities, between April 30 and May 4th 2008, in order to get drivers’ attention on the dangers they are exposed to when driving drunk. The holiday lights glittered in the most crowded intersections in Bucharest, Cluj, Giurgiu, Piatra Neamț, Iași, Sibiu, Slobozia, Pitești, Ploiești and Drobeta Turnu-Severin letting drivers know they are not in the holidays season, but “Reality changes when driving drunk”. The campaign was communicated trough offline channels as TV, radio and flyers. A videoconference was also organized nationwide, with journalists in 8 cities, to communicate the campaign.



## CODUL COMUNICĂRII COMERCIALE

În 2005 ne-am luat angajamentul să operăm un marketing și o politică de vânzări responsabile, elaborând un Cod al Comunicării Comerciale ale cărui prevederi au fost cuprinse anul trecut în Codul de practică în publicitate al Consiliului Român pentru Publicitate.

Respectăm legislația și reglementările naționale, respectăm acest cod pentru a ne asigura că angajamentul nostru se reflectă în toate activitățile noastre. În acest fel putem să dezvoltăm comunicări comerciale în mod creativ, care să reflecte consumul ca experiență plăcută, consumul ca activitate socială, consumul responsabil și moderat ca parte a unui stil de viață sănătos.

Sunt câteva reguli după care ne ghidăm activitatea de marketing și vânzări. Astfel, nici unul dintre membri nu își adresează publicitatea tinerilor cu vârste sub 18 ani și nu încurajează consumul de bere irresponsabil.

În activitățile promoționale nu ne adresăm femeilor însărcinate și șoferilor auto.

Comunicarea comercială nu prezintă niciodată persoane cu vârste sub 25 de ani consumând bere, iar consumatorul nu este niciodată încurajat să ia parte la activități riscante după consumul de alcool.

Membrii Asociației nu promovează berea în mediile de comunicare tipărite, programe sau evenimente al căror public majoritar este reprezentat de minori sau în apropierea școlilor și liceelor.

În timpul campaniilor de comunicare și activităților de sponsorizare, membrii transmit același mesaj tuturor categoriilor de consumatori: consumul moderat și responsabil. De asemenea, website-urile membrilor Asociației solicită întotdeauna utilizatorului să confirme că are vârsta legală pentru consumul de alcool, pentru a-l accesa.

Ne adaptăm strategiile de marketing la nevoile mereu în schimbare ale consumatorilor și ne asigurăm ca toate comunicările comerciale să fie oneste, transparente, decente și acceptabile din punct de vedere social.

## THE CODE OF COMMERCIAL COMMUNICATION

In 2005 we took the commitment to operate a responsible marketing and sales policy, by elaborating the Code of Commercial Communication, which stipulations were introduced last year into the Advertising practice code of the Romanian Advertising Council.

We respect the legislation and national regulations and we respect this code to assure that our commitment reflects in all our activities. This way we can develop creative commercial communication, reflecting consumption as a nice experience, consumption as a social activity and a moderate and responsible consumption as part of a healthy lifestyle.

There are a few rules that we guide our marketing and sales activity after.

No member addresses its commercial communications to young people aged less than 18 years old and does not encourage irresponsible beer consumption.

Within our advertising activities, we do not address pregnant women and drivers. The commercial communication does not present people aged less than 25 years old consuming beer and consumers are never encouraged to take part to risky activities after drinking.

The Association members do not promote beer in print magazines, programs or events having as audience minors, or in close proximity and within clear view of schools and high-schools.

During communication campaigns or sponsorship activities, members transmit the same message to all categories of consumers: a moderate and responsible consumption. Likewise, members' websites always carry an entry request for users to confirm that they are over the legal drinking age.

We adapt our marketing strategies to our consumers' ever changing needs and we make sure that all commercial communications are honest, transparent, decent and socially acceptable.

## CONTRIBUȚIA MEMBRILOR „BERARII ROMÂNIEI” LA ECONOMIA ROMÂNĂSCĂ

### Investiții

În 2008, membrii Asociației „Berarii României” au continuat investițiile în facilități de producție la standarde de calitate europene, contribuind astfel la dezvoltarea economiei românești.

An / Year	2004	2005	2006	2007	2008	Total*
Membrii BR / BR's Members	58	77	100	210	200	966

Cifre exprimate în milioane euro

\* Total investiții de la intrarea membrilor pe piață

## THE CONTRIBUTION OF THE BR MEMBERS TO THE ROMANIAN ECONOMY

### Investments

In 2008, the members of the “Brewers of Romania” Association continued their investments in their production facilities at high European quality standards, contributing to the development of the Romanian economy.

Figures expressed in million euros

\* Total investments since the entrance of the members on the market

### Taxe

Taxele, reprezentând TVA, accize și taxe directe pentru angajați, pe care membrii Asociației „Berarii României” le plătesc an de an către statul român contribuie semnificativ la bugetul de stat.

An / Year	2004	2005	2006	2007	2008
Membrii BR / BR's Members	122	167	214	264	272

Cifre exprimate în milioane euro

### Taxes

The taxes, representing VAT, excises and direct taxes for employees, which the members of the “Brewers of Romania” Association pay yearly to the Romanian state, have a great impact to the state budget.

Figures expressed in million euros

### Angajați

Peste 6700 de persoane lucrează direct în cele 12 fabrici ale membrilor Asociației din Blaj, Brașov, Buzău, Cluj-Napoca, Constanța, Craiova, Hațeg, Miercurea-Ciuc, Pantelimon, Ploiești, Sebeș și Timișoara.

### Employees

Over 6700 people are working directly in the 12 breweries of our members, located in Blaj, Brașov, Buzău, Cluj-Napoca, Constanța, Craiova, Hațeg, Miercurea-Ciuc, Pantelimon, Ploiești, Sebeș and Timișoara .



## INDUSTRIA BERII

### Industria berii în România

În 2008, piața berii din România a crescut cu 4.1%, românii consumând peste 20.2 milioane hl.

Anul / Year	2004	2005	2006	2007	2008
Piața Berii* / Beer market*	14.5	15.2	17.7	19.4	20.2
Vânzările membrilor BR* / BR' Sales*	9.75	10.45	12.60	15.15	16.46

\* milioane hl

Surse: Institutul Național de Statistică și Asociația "Berarii României"

## THE BEER INDUSTRY

### The beer industry in Romania

The Romanian beer market has grown with 4.1% in 2008, Romanians consuming over 20,2 million hl.

\* million hl

Sources: National Institute of Statistics and "Brewers of Romania" Association

### Vânzările pe tipuri de ambalaje

În 2008, vânzările pe segmentul „CAN” au crescut cu 25%, consumatorii români preferând acest tip de ambalaj.

### Beer sales by type of packaging

In 2008, sales on the CAN segment have grown 25%, Romanian consumers having a preference for this type of packaging.

Ambalaj / Type of packaging	2004	2005	2006	2007	2008
PET*	24.4	31.4	40.4	45.6	46.5
Can*	8.0	7.8	8.7	10.4	13
Sticla / Bottle*	61.9	54.5	46.2	40.5	37.5
Draught*	5.7	6.3	4.7	3.5	3

\* % din totalul vânzărilor de bere

\* % of the total beer sales

### Importurile și exporturile de bere

Românii consumă cu preponderență brandurile din producția internă de bere, ponderea importurilor fiind de sub 2,5%.

### Beer imports and exports

Romanians preponderantly consume brands from the internal beer production, the weight of imports being under 2,5%.

Anul / Year	2004	2005	2006	2007	2008
Importuri / Imports*	0.059	0.028	0.032	0.18	0.5
Exporturi / Exports*	0.024	0.056	0.076	0.026	0.06

\* milioane hl

Sursă: Institutul Național de Statistică

\* million hl

Source: National Institute of Statistics

### Consumul de bere pe cap de locuitor

Un român a consumat în medie 93 de litri de bere în 2008, cu 4 litri mai mult decât în 2007. România se află printre primele 10 țări din Europa când vine vorba de consumul de bere pe cap de locuitor.

### Beer consumption per capita

One Romanian consumed an average of 93 liters of beer in 2008, 4 liters more than 2007. Romania is among the top 10 countries in Europe when it comes to beer consumption per capita.

Anul / Year	2004	2005	2006	2007	2008
România / Romania	66	70	81	89	93

**Heineken**  
Romania S.A.



## HEINEKEN ROMÂNIA

Parte a grupului internațional Heineken, compania Heineken România a fost fondată în anul 1998, purtând inițial denumirea de Brau Union. Începând din martie 2007, a devenit Heineken România, schimbare care a însemnat și adoptarea naturală a culturii și valorii Heineken.

**Poziția companiei pe piața din România:** Începând din 2000, Heineken România ocupă o poziție puternică pe piața de bere din România, ajungând după achiziția companiei Bere Mureș din 2008, la o cotă de piață de aproximativ 30% (AC Nielsen, iunie 2008).

Portofoliul de mărci oferit de Heineken România este cel mai diversificat de pe piața internă, cuprinzând 12 mărci din toate segmentele: Heineken, Zipfer (marcă importată), Gösser, Schlossgold, Silva, Ciuc, Golden Brau, Neumarkt, Bucegi, Gambrinus, Harghita, Hațegana.

Fabricile Heineken: Heineken România deține 5 fabrici pe teritoriul României, în orașele Constanța, Craiova, Hațeg, Miercurea Ciuc și Târgu Mureș. Compania are aproximativ 1500 de angajați.

Investițiile Heineken România în piața locală: Numai în anul 2008, Heineken România a investit peste 50 de milioane de euro în principal în fabricile sale. În următorii ani, compania va continua investițiile în România.

Valori: Parte a grupului Heineken International, compania se bazează pe cele trei valori care guvernează afacerile la nivel mondial: Respect, Bucurie, Pasiune pentru Calitate. Aceste valori reprezintă fundația pe care Heineken își construiește afacerile peste tot în lume.

**Responsabilitatea socială** – Heineken se implică activ în comunitatea românească!

Un număr de politici Heineken articulează în detaliu principiile de afaceri ale companiei. Politicile vizează următoarele teme: Alcool, Sănătate și Siguranță, Mediu, Comportament în afaceri, Drepturile omului și Integritatea produselor.

În noiembrie 2004, Heineken a lansat prima platformă de comunicare a efectelor consumului iresponsabil de alcool, „Enjoy Heineken Responsibly”. Ca urmare a acestui program, pe spatele etichetei Heineken se găsește acest mesaj, împreună cu o invitație de a vizita site-ul dedicat: [www.enjoyheinekenresponsibly.com](http://www.enjoyheinekenresponsibly.com).

În 2008, Heineken România a anunțat lansarea primei campanii interactive, pe Internet, privind consumul responsabil de alcool, intitulată „Know the Signs” („Recunoaște semnele”). Campania extinde platforma „Enjoy Heineken Responsibly” și, în același timp, își propune să încurajeze alegerile bine documentate și obiceiurile responsabile în consumul de alcool.

Din anul 2008, Heineken România este partener principal al proiectului Copacul de Hârtie, inițiativă a organizației non-profit MediaORG, care ajută mediul înconjurător să devină mai verde și mai plăcut.

## HEINEKEN ROMANIA

Part of the international Heineken Group, Heineken Romania was founded in 1998, under the initial name of Brau Union. Starting March 2007, it became Heineken Romania, change that also implied the natural adoption of the Heineken values and culture.

**The company position on the Romanian market:** Starting 2000, Heineken Romania has a strong position on the Romanian beer market, with almost 30% market share (AC Nielsen, June 2008) after having bought Bere Mureș in 2008.

The brand portfolio of Heineken Romania is the widest on the Romanian market with 12 brands from all segments: Heineken, Zipfer (imported brand), Gösser, Schlossgold, Silva, Ciuc, Golden Brau, Neumarkt, Bucegi, Gambrinus, Harghita, Hațegana.

Heineken Breweries: Heineken Romania has 5 breweries throughout Romania, in Constanța, Craiova, Hațeg, Miercurea Ciuc and Târgu Mureș. The Company has approximately 1500 employees.

Heineken Romania investments on the local market: In 2008, Heineken Romania invested over 50 million euros mainly in its breweries. In the next years the company will continue the investments in Romania.

Values: Part of the International Heineken Group, the company is based on the three values that govern business at a global level: Respect, Enjoyment, Passion for Quality. These values are the pillars upon which Heineken builds its business everywhere around the world.

**Social Responsibility** – Heineken is active when it comes to the Romanian community!

A number of policies articulate Heineken’s business principles. They act on the following themes Alcohol, Health and Safety, Environment, Business Conduct, Human Rights and Product Integrity.

In November 2004, Heineken launched the first communication platform on the effects of irresponsible alcohol consumption, “Enjoy Heineken Responsibly”. Following this program, on the back of the Heineken label there is this message with an invitation to visit the dedicated website [www.enjoyheinekenresponsibly.com](http://www.enjoyheinekenresponsibly.com).

In 2008, Heineken Romania announced the launch of the first interactive campaign on the Internet regarding the irresponsible alcohol consumption “Know the Signs”. The Campaign is an extension of the “Enjoy Heineken Responsibly” platform and, at the same time, wants to encourage the well documented choices and responsible habits in alcohol consumption.

Since 2008, Heineken România has been the partner of the “Copacul de Hârtie” project, initiated by the non-profit organization MediaORG, that helps the environment to become greener and more pleasant.







## INBEV ROMÂNIA

InBev România este filiala locală a numărului 1 mondial: Anheuser-Busch InBev.

InBev România este parte a concernului multinațional Anheuser-Busch InBev, cel mai mare producător de bere la nivel global și una dintre primele 5 companii mondiale care produc bunuri de larg consum. Anheuser-Busch InBev este prezent în peste 30 de țări și numără aproximativ 120.000 de angajați.

Portofoliul Anheuser-Busch InBev cuprinde peste 200 de mărci și include brandurile globale Budweiser, Stella Artois și Beck's, mărci cu creștere rapidă în mai multe țări: Leffe și Hoegaarden, „vedete locale” puternice ca Bergenbier, Bud Light, Brahma, Quilmes, Michelob și Jupiler, printre altele.

### Mărcile InBev în România

InBev România deține în prezent două fabrici de bere, la Ploiești și Blaj, are peste 750 angajați și o rețea de distribuție națională. Prezentă de 15 ani pe piață, InBev România produce cu succes mărcile Stella Artois, Beck's, Bergenbier, Lowenbrau și Noroc și importă specialitățile belgiene Leffe și Hoegaarden.

### InBev în România - Istoric

În anul 1994 a avut loc prima investiție a concernului InBev în România: s-a semnat un contract de parteneriat cu societatea Bianca S.A. din Blaj din care a rezultat compania Bianca Interbrew Bergenbier. În iulie 1994 InBev a cumpărat fabrica Proberco S.A. din Baia Mare. În octombrie 1999 InBev a încheiat un acord cu grupul Efes pentru preluarea a 50% din acțiunile fabricii Romanian Efes Brewery de la Ploiești, cea mai modernă fabrică de bere din Europa Centrală și de Est, formând astfel Interbrew Efes Brewery S.A. În decembrie 2002 a luat naștere Interbrew Romania SA prin fuziunea tuturor entităților din grup, pentru ca ulterior, în mai 2007, aceasta să-și schimbe denumirea în InBev România SA.

### Responsabilitatea socială în cadrul InBev România

În 2006, Bergenbier a inițiat o campanie de colectare selectivă și trimitere spre reciclare a deșeurilor de plastic, sticlă și hârtie în Blaj, „Protejează natura Blajului. Participă la reciclare!”. Blajul devenea astfel primul oraș din România care implementa la nivelul întregii comunități un program de colectare selectivă a ambalajelor și de reciclare a acestora spre re folosire.

În 2008, InBev Romania a lansat proiectul „Respect18”, prima campanie de CSR care luptă împotriva vânzării de alcool către minori prin responsabilizarea actului comercial realizată de o companie privată din România. Obiectivele principale ale campaniei au fost, pe de-o parte, responsabilizarea comercianților care se pot confrunta cu situația în care un minor le solicită băuturi alcoolice și, pe de altă parte, crearea unei platforme de discuții între acele părți din sectorul public și cel privat care pot influența într-un fel sau altul acest fenomen, astfel încât să existe un mediu de comunicare continuă și bidirecțională.

## INBEV ROMANIA

InBev Romania - local branch of world No. 1: Anheuser-Busch InBev.

InBev Romania is part of the multinational brewer Anheuser-Busch InBev, the leading global brewer and one of the world's top five consumer products companies.

InBev leverages the collective strengths of its 120,000 employees based in operations in over 30 countries across the world. Anheuser-Busch InBev manages a portfolio of over 200 brands that includes global flagship brands Budweiser, Stella Artois and Beck's, fast growing multicountry brands like Leffe and Hoegaarden, and strong “local jewels” such as Bergenbier, Bud Light, Brahma, Quilmes, Michelob, and Jupiler, among others.

### InBev brands in Romania

Currently InBev Romania owns two breweries, in Ploiești and Blaj, has over 750 employees and a national distribution network. Having been present on the local market for 15 years, InBev Romania successfully produces the brands Stella Artois, Beck's, Bergenbier, Lowenbrau and Noroc and imports the Belgian specialties Leffe and Hoegaarden.

### InBev in Romania - History

In 1994 the first investment of InBev in Romania was made when the partnership agreement with the Blaj-based company Bianca S.A. was concluded. This partnership resulted in the creation of the company Bianca Interbrew Bergenbier. In July 1994 InBev purchases the controlling interest of the Baia Mare-based company Proberco S.A. In October 1999 InBev concludes a deal with Efes Group to take over 50% of the shares of the Ploiesti-based brewery Romanian Efes Brewery, the most modern brewery in the Central and Southern Europe, which resulted in the creation of Interbrew Efes Brewery S.A. In December 2002 Interbrew Romania SA was born by fusion of all group's entities; in May 2007 Interbrew Romania SA changed its name in InBev Romania SA.

### CSR involvement

In 2006, Bergenbier initiated a program for then selective collection of packaging - plastic, glass, paper - in Blaj, “Protect nature in Blaj! Be involved in recycling!”. Thus, Blaj became the first Romanian town to implement a community-wide program for the selective collection of packaging and recycling of such packaging for future use.

In 2008, InBev Romania launched “Respect18” project, the first CSR campaign of a private company which fights against selling alcoholic beverages to minors, by making the commercial act more responsible. The main objectives were, on one hand, making the retailers aware of their responsibilities towards a minor that could demand them alcohol beverages and, on the other hand, the creation of a communication platform between the public and private sectors which can influence this phenomenon, so that a permanent and bidirectional communication is set up.





## ROMAQUA GROUP

În anul 2009, Romaqua Group sărbătorește primii 10 ani de prestigiu și excelență în afaceri. În cei 10 ani de existență, grupul a avut o evoluție spectaculoasă, iar cifrele vorbesc de la sine: cifra de afaceri a crescut de 18 ori, numărul de angajați a crescut de la 790 la 2005, volumul total al investițiilor a depășit 165 de milioane de euro, portofoliul de produse s-a extins de la un singur brand la 6.

Preocuparea permanentă pentru menținerea calității produselor precum și grija pentru consumator au reprezentat și reprezintă pilonii fundamentali ai succesului Romaqua. Cele șase branduri puternice aflate în portofoliul Romaqua Group sunt: apele minerale naturale BORSEC, apa minerală naturală STÂNCENI, apa minerală naturală oligominerală AQUATIQUE, băuturile răcoritoare GIUSTO, cafeaua METROPOLITAN CAFFÉ și berea ALBACHER.

În luna mai 2008, Romaqua Group intra pe piața berii cu brandul Albacher. Fabrica este situată în localitatea Sebeș – zona Șirinii Lancrămului și înglobează cele mai moderne tehnologii existente pe plan mondial, fiind unica de acest fel din lume. Tehnologia germană de producție și îmbuteliere utilizată cumulează integral, pentru prima oară într-o singură fabrică, cele mai noi procese de producție și tehnologia cea mai avansată. Investițiile totale realizate la fabrica de bere din Sebeș au ajuns până în prezent la peste 40 de milioane de euro, unitatea având o capacitate de îmbuteliere de un milion de hectolitri.

Romaqua Group este o companie cu o mare preocupare pentru protecția mediului. În acest spirit, s-a investit masiv în tehnologii de ultimă generație, tehnologii „environmental friendly” prin consumul redus de apă și de energie electrică și termică.

## ROMAQUA GROUP

In 2009, Romaqua Group Borsec celebrates the first 10 years of prestige and excellence in business. During its 10 years existence, the company had a spectacular evolution and the numbers speak for themselves: the turnover rose 18 times, the number of the employees increased from 790 to 2005, the total volume of investments exceeded 165 million euro, the product portfolio expanded from one to six brands.

The continuous concern in keeping the high quality of the products as well as the interest in the consumer, these were and still are the basic pillars of Romaqua's success. The six powerful brands in Romaqua Group's portfolio are: the natural mineral waters BORSEC, the natural mineral water STANCENI, the natural mineral water AQUATIQUE - an oligomineral water, the soft drinks GIUSTO, the coffee METROPOLITAN CAFFE and the beer ALBACHER.

In May 2008, Romaqua Group Borsec entered the beer market and launched the brand ALBACHER. The plant is placed in Sebeș and incorporates the latest global technologies, being the only one of its kind in the world. The German technology of production and bottling integrates, for the first time in one plant, the latest production processes and the most modern technology. The total investment regarding the beer plant in Sebeș reached over 40 million euro, the plant having a bottling capacity of 1 million hectoliters.

Romaqua Group is a company with a great concern for the environmental protection. It is in this spirit that the company invested in the latest environmental friendly technologies by reducing the consumption of water and electric and heat power.





## UNITED ROMANIAN BREWERIES

United Romanian Breweries este prima companie de bere din Europa de Est, care a dezvoltat un proiect 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 premium internaționale: Tuborg, Tuborg Strong, Tuborg Christmas Brew, Holsten, Holsten fără alcool, Carlsberg, Skol, Guinness și Kilkenny – importate.

Fabrica Tuborg este singura unitate de producție a companiei și în același timp una dintre cele mai moderne fabrici de bere din România, cât și din cadrul grupului Carlsberg Breweries A/S. Construită în 13 luni, a produs prima șarjă de bere la sfârșitul anului 1997. Finalizarea în avans a lucrărilor de dublare a capacității de producție a fabricii Tuborg a permis lansarea, la începutul anului 2008, și a celei de-a doua berării, capacitatea totală a fabricii din Pantelimon atingând în prezent 2.1 mil hl.

Inovația, respectul, profesionalismul și produsele de cea mai bună calitate sunt câteva dintre valorile și direcțiile care au condus la succesul companiei noastre.

### Implicare Socială

Deschiderea permanentă a companiei față de consumatori, a adus-o cât mai aproape de oameni. Grija de a le oferi tuturor românilor produse de calitate, un mediu înconjurător mai curat și o viață mai bună, s-au concretizat în programele pe care compania le-a inițiat, precum programul social „Împreună, mai aproape de oameni”, „Ziua Porților deschise”, și numeroase proiecte de protecție a mediului.

În 2007, am lansat cu sprijinul Ministerului Mediului și Dezvoltării Durabile, programul de mediu Umbrela Verde care are drept obiective informarea, educarea și responsabilizarea românilor în ceea ce privește starea mediului înconjurător ca efect al propriilor lor acțiuni. Umbrela Verde își propune să acționeze în principal la nivelul mentalităților și să schimbe atitudinea greșită a românilor față de natură. Site-ul [www.umbrelaverde.ro](http://www.umbrelaverde.ro) a devenit deja un loc virtual de întâlnire al tuturor celor care vor să facă schimbarea posibilă.

## UNITED ROMANIAN BREWERIES

United Romanian Breweries is the first beer company from Eastern Europe that developed a green field project. As respect for our consumers, since the beginning of our activity in Romania our objective was to offer them only high quality products. Our company portfolio has exclusively international premium brands: Tuborg, Tuborg Strong, Tuborg Christmas Brew, Holsten, Holsten Non-alcoholic, Carlsberg, Skol and imported Guinness and Kilkenny.

The Tuborg brewery is the only production unit of URBB and one of the most modern beer factories from Romania and from the Carlsberg Group. The brewery was built in 13 months and started to product at the end of 1997. We finalized in advance the construction of the new production facilities at the beginning of 2008, by building a new brewery, which assures a production capacity of 2.1 mil hl.

Innovation, respect, professionalism and best quality products are few of our believes that drove us to the success of our company.

### Social Responsibility

Since the beginning of our activity in Romania, we have been active in the society's life, trying to offer the highest quality products, a clean environment and a better life.

To sustain those ideas during the years we developed programs such as: the social program "Together, closer to people", "Open Day" and many environment protection projects.

In 2007, we launched with the support of the Minister of Environment and Sustainable Development, the environmental program "Umbrella Verde". The main purpose of the program is to make Romanians become more informed, educated and responsible regarding the environmental issues as effects of their own actions. "Umbrella Verde" already has taken action in order to change the wrong attitude toward nature. Also [www.umbrelaverde.ro](http://www.umbrelaverde.ro) is now a virtual meeting place for all those who want to participate in making the change possible.



## URSUS BREWERIES

Ursus Breweries este subsidiară a SABMiller plc, una dintre cele mai mari companii de bere din lume. SABMiller plc are participații în societăți producătoare de bere sau acorduri de distribuție pe 6 continente. Mărcile Grupului includ beri premium internaționale, cum ar fi Grolsch, Miller Genuine Draft, Peroni Nastro Azzurro și Pilsner Urquell, precum și o gamă excepțională de mărci locale cu poziții de lider, cum ar fi Aguila, Castle, Miller Lite, Snow and Tyskie. SABMiller plc este și una dintre cele mai mari companii de îmbuteliere a produselor Coca-Cola din lume.

În România Ursus Breweries are sediul în București, deține 4 fabrici de bere, în Cluj-Napoca, Timișoara, Buzău și Brașov și are peste 1.500 de angajați. Mărcile URSUS Breweries sunt Peroni Nastro Azzurro, URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Stejar Pilsner, Redd's și Pilsner Urquell.

### **Peste 250 milioane Euro investiții**

Investiția realizată de SABMiller în România până în prezent depășește suma de 250 de milioane de EURO și reflectă preocupările companiei de a satisface cerințele consumatorilor români prin asigurarea calității produselor sale și dezvoltarea mărcilor românești.

### **Dezvoltare durabilă – o prioritate pentru Ursus Breweries**

Un comportament responsabil și contribuția la dezvoltarea comunităților în care operăm sunt parte a tradiției Ursus Breweries și reprezintă elemente fundamentale pentru construirea și menținerea unor piețe cu perspectivă de dezvoltare pe termen mediu și lung. Ursus Breweries este o companie prezentă și activă în viața socială a comunității în care își desfășoară activitatea, promovând un comportament responsabil în multiple direcții:

- Consum responsabil de alcool și a unui stil de viață echilibrat prin programul adresat studenților – „Trăiește cu măsură!”
- Programe educaționale – „Dovedește că ești bun!” – acordarea de burse private celor mai buni studenți din facultățile participante la program
- Programe de protejare a mediului:
  - „Milioane de oameni, Milioane de copaci” – ca și membru fondator în parteneriat cu Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile.
  - „Delta Dunării – Natură și sustenabilitate în Europa” – pentru creșterea vizibilității în fața factorilor de decizie ai Uniunii Europene și prin eforturi susținute de protejare a acestui loc unic în Europa.

## URSUS BREWERIES

Ursus Breweries, is a subsidiary of SABMiller plc, one of the world's largest brewers. 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. SABMiller is also one of the largest bottlers of Coca-Cola products in the world.

Ursus Breweries with the headquarter in Bucharest owns 4 breweries in Cluj-Napoca, Timișoara, Buzău and Brașov and employs over 1,500 people. URSUS Breweries brands are Peroni Nastro Azzurro, URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Stejar Pilsner, Redd's and Pilsner Urquell.

### **Over 250 mil. Euro in investments**

At present, the investment of SABMiller in Romania exceeds the amount of 250 million EURO, which reflects the company's concern to meet the demands of the Romanian consumer and ensure the quality of its products by developing the Romanian brands.

### **Sustainable Development – a priority for Ursus Breweries**

Behaving responsibly and contributing to the communities in which we operate is an essential part of our heritage and fundamental for building sustainable markets. Ursus Breweries is actively present in the life of the community where it operates by promoting a responsible behaviour in many directions:

- Responsible consumption of alcohol and a balanced lifestyle through the program “Measure your lifestyle” dedicated to students.
- Through educational programs – “Prove you are good” – granting private scholarships to the best students from the universities participating in the programme.
- Through environmental programs:
  - “Millions of People, Millions of Trees” – as founding member in partnership with the Ministry of Environment and Sustainable Development.
  - “Danube Delta – Nature and sustainability in Europe” – aimed at raising awareness of the EU decision makers and enrolling resources to protect this unique place in Europe.







MĂRCILE BERARILOR NOȘTRI

OUR MEMBERS' BRANDS

Heineken România



InBev România



Romaqua



United Romanian Breweries



Ursus Breweries





## CONTACTE / CONTACTS

### ASOCIAȚIA „BERARII ROMÂNIEI”

**DI. Shachar Shaine – Președinte**

**DI. Constantin Bratu – Director General**

Str. Poterași, Nr. 10, Et. 2, Sector 4, București

Telefon: +40 21 317 29 77, Fax: +40 21 317 29 85

E-mail: [info@berariiromaniei.ro](mailto:info@berariiromaniei.ro)

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

### MEMBRII ASOCIAȚIEI „BERARII ROMÂNIEI”

#### HEINEKEN ROMÂNIA

**DI. Edwin Botterman – Președinte & CEO**

Str. Tipografilor, Nr. 11 - 15, Et. 4, Aripa A2-L, Sector 1, București

Telefon: + 40 (0) 21 202 77 00, Fax: + 40 (0) 21 316 06 70

E-mail: [office@heineken.ro](mailto:office@heineken.ro)

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

#### INBEV ROMÂNIA

**DI. Eduardo Luz – Director General**

Iride Business Park, Str. Dimitrie Pompei, Nr. 9-9A, Et. 1,

Sector 2, București

Telefon: + 40 21 243 11 00, Fax: + 40 21 243 10 01

E-mail: [office@inbev.ro](mailto:office@inbev.ro)

[www.inbev.com](http://www.inbev.com)

#### ROMAQUA GROUP

**DI. Octavian Crețu – Președinte**

Str. Carpați, Nr. 46, Borsec, Județul Harghita

Telefon: +40 26 633 74 25, Fax: +40 26 633 72 90

E-mail: [office@romaqua.ro](mailto:office@romaqua.ro)

[www.romaqua-group.ro](http://www.romaqua-group.ro)

#### UNITED ROMANIAN BREWERIES

**DI. Shachar Shaine - Președinte**

Bulevardul Biruinței, Nr. 89, Pantelimon, Județul Ilfov

Telefon: + 40 21 205 50 00, Fax: + 40 21 205 50 09

E-mail: [office@tuborg.ro](mailto:office@tuborg.ro)

[www.tuborg.pressroom.ro](http://www.tuborg.pressroom.ro)

#### URSUS BREWERIES

**DI. Stephan Maria Weber – Președinte**

Union Business Center 2

Str. Știrbei Vodă, Nr 26-28, Sector 1, București

Telefon: + 40 21 314 04 20, Fax: + 40 21 315 98 04

E-mail: [ursus.breweries@ro.sabmiller.com](mailto:ursus.breweries@ro.sabmiller.com)

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





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

