

Cuprins

Contents



Cuvântul președintelui Word from the President	2
Asociația "Berarii României" The "Brewers of Romania" Association	3
Responsabilitatea socială a Berarilor României The social responsibility of the "Brewers of Romania"	4-5
Contribuția membrilor BR la economia românească The contribution of the BR's members to the Romanian economy	6
Industria berii The Beer industry	7-8
Beneficiile consumului moderat de bere The benefits of the moderate beer consumption	9-10
Heineken România	11
InBev România	12
United Romanian Breweries	13
URSUS Breweries	14
Mărcile berarilor noștri Our members' brands	15
Contacte Contacts	16



Cuvântul președintelui

Word from the President

Sunt onorat să preiau președinția Asociației "Berarii României", în momentul în care Asociația noastră devine membru deplin al organizației internaționale "Berarii Europei", într-un demers firesc după integrarea europeană a României.

Doresc să îl felicit pe domnul Edwin Botterman, de la care am preluat conducerea, pentru excelența activitate depusă de domnia sa în anul 2007; apreciez activitatea depusă pentru reprezentarea intereselor și concentrarea eforturilor Asociației noastre.

În 2007, "Berarii României" și-au continuat eforturile de a consolida reputația industriei de bere ca partener de încredere al autorităților guvernamentale, promovând consumul responsabil și moderat, respectând interesele consumatorilor și concurența loială. Menționez în mod particular programul nostru "Alcoolul nu te face mare", care a atins numeroase licee din întreaga țară.

Președinția Asociației "Berarii României" înseamnă o mare responsabilitate pentru mine. Astfel, în calitate de președinte al Asociației, voi continua munca predecesorilor mei și mă voi asigura că vom continua să promovăm o industrie a berii responsabilă și puternică în România.

În acest an, vom continua programele din anii precedenți, adăugând însă un focus pe sensibilizarea consumatorilor asupra riscurilor la care se expun când conduc după ce au băut. Este datoria noastră să susținem cu tărie promovarea consumului responsabil prin programe și campanii de educare a consumatorilor.

În același timp, rămânem promotorii unei industrii cu facilități de producție la standardele de calitate europene, într-un cadru de concurență loială.

"Berarii României" sunt și rămân o prezență puternică și o voce clară pe piața berii din România.

Mihai Ghyka
Președintele Asociației
Chairman of the Association

I am honored to take over the chair of the "Brewers of Romania" Association, in this moment when our Association has become member of the international organization "Brewers of Europe", as a natural step after Romania's integration into the European Union.

I would like to congratulate Mr. Edwin Botterman, from whom I take over, on a job very well done during 2007; I highly appreciate his work to represent and lead the efforts of our association.

In 2007, Brewers of Romania continued the efforts to consolidate the position of the Romanian beer industry as a leader and trustworthy partner of the government, promoting responsible beer consumption, respecting the consumers' interests and fair competition. I would like to mention here our program "Alcohol doesn't make you big" which reached many high schools in the country.

Being the chairman of the "Brewers of Romania" is a big responsibility for me. As the new president of the Association, I will continue the work done so far and ensure that we will continue to promote a strong and truly responsible beer industry in Romania.

This year we will continue the programs started in previous years, adding a focus on educating the consumers about the risk they expose to if they drive after drinking alcohol. It is our duty to promote and sustain the responsible beer consumption using programs and education campaigns for the consumers.

At the same time, we remain the promoters of an industry with European quality production standards, in a fair competition environment.

The "Brewers of Romania" remain a strong and active voice in the Romanian beer market.

Asociația "Berarii României"

The "Brewers of Romania" Association



Fondată în 2004, la inițiativa membrilor Heineken Romania, InBev Romania, United Romanian Breweries și Ursus Breweries, Asociația "Berarii României" este cea mai mare organizație de profil din România, acoperind 80% din industria berii în țara noastră. Principala misiune a organizației este promovarea și dezvoltarea unei industrii puternice și responsabile în România.

Obiectivele Asociației "Berarii României" se concentrează pe educarea consumatorilor cu privire la beneficiile unui consum responsabil de bere, promovarea competiției corecte și a practicilor specifice unei economii libere de piață, pentru a crea un mediu de afaceri sănătos, precum și pe sprijinirea intereselor comerciale ale membrilor noștri, pentru a asigura un tratament egal și corect în fața instituțiilor de reglementare.

O atenție deosebită o acordăm implementării unui comportament responsabil al companiilor membre în domeniul comunicării comerciale. Încă din 2005, membrii noștri au dovedit angajamentul lor față de autoreglementare, prin semnarea unui Cod al Comunicării Comerciale, ale cărui prevederi au fost anul trecut încorporate în Codul de practică în publicitate al Consiliului Român pentru Publicitate.

Este o onoare pentru noi faptul că, începând cu 1 ianuarie 2008, Asociația "Berarii României" a devenit membră a organizației "Berarii Europei". Înființată în 1958, asociația "Berarii Europei", cu sediul în Bruxelles, este considerată a fi vocea industriei europene a berii în fața diferitelor instituții și a organizațiilor internaționale. Membrii ei sunt asociații ale berarilor din 25 de state.

Funded in 2004, at the initiative of its members Heineken Romania, InBev Romania, United Romanian Breweries and Ursus Breweries, the "Brewers of Romania" Association is the largest organization specialized in this domain from Romania, covering 80% of the beer industry in our country. The main mission of the organization is promoting and developing a strong and responsible beer industry in Romania.

The objectives of the "Brewers of Romania" Association focus on educating the consumers with respect to the benefits of responsible beer consumption, promoting fair competition and practices specific to a free market economy, so as to create a healthy business environment, and on supporting the commercial interests of our members in order to ensure their equal and correct treatment in front of the regulation institution.

We give special care to the implementation of a responsible behaviour of the member companies in the domain of commercial communication. Starting from 2005, our members have proven their commitment to self-regulation, by signing a Commercial Communication Code, whose provisions were incorporated into the Practice code in advertising of the Romanian Advertising Council, last year.

It is an honor for us that the "Brewers of Romania" Association has become, since the 1st of January 2008, a member of the organization "The Brewers of Europe". Founded in 1958, the "Brewers of Europe" association, located in Brussels, is considered to be the voice of the European beer industry in front of various institution and international organizations. Its members are associations of brewers from 25 states.



Responsabilitatea socială a Berarilor României

Cu un dezvoltat simț al responsabilității sociale, membrii "Berarii României" investesc sume importante în derularea proiectelor cu adânc impact în comunitate.

Alcoolul nu te face mare

Campania "*Alcoolul nu te face mare*" are ca obiectiv pe termen lung educarea liceenilor din România cu privire la efectele nocive ale consumului de alcool la vârsta adolescenței. Parteneri ai acestei campanii sunt Poliția Română și Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului.

Lansat în mai 2006 ca program pilot în București, proiectul s-a bucurat de un interes exploziv din partea adolescenților, pe de o parte datorită materialelor interesante prezentate în unitățile de învățământ, pe de altă parte datorită implicării directe a campionului mondial la box Leonard Doroftei.

Un an mai târziu, campania "*Alcoolul nu te face mare*" a fost extinsă la nivel național, cuprinzând în grupul țintă elevii între 14 și 18 ani din liceele din România. Două filme educative de scurt metraj "*Ce înseamnă să fii cool*" și "*Prețul unei vieți sportive*" au fost distribuite pe suport magnetic, împreună cu planuri de lecție, liceelor din țară, pentru a fi studiate la orele de dirigenție, în cadrul capitolului "*Stil de viață sănătos*". 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. Astfel că peste 2.000 de liceeni au avut ocazia să fie consiliați de faimosul medic privind consumul de alcool, iar peste 140.000 de elevi au vizionat cele două filme educative.

Ca alternativă a petrecerii timpului liber, organizatorii au oferit adolescenților ocazia să se înscrie în competiții cu premii de aproape 10.000 ron. Concursul de site-uri "*TrezNet*" și cel de filme educative de scurt metraj "*Fii cool fără alcool*", au adunat sute de proiecte competitive.

Până la finele anului 2008, Asociația "Berarii României", împreună cu cei doi parteneri, vor pregăti o rețea națională de peste 1500 de "ambasadori" ai cauzei "*Alcoolul nu te face mare*" (profesori și inspectori de poliție). Aceștia vor duce mai departe liceenilor mesajul campaniei.

Having a high sense of social responsibility, the members of the "Brewers of Romania" invest important amounts in projects having a deep impact on the community.

Alcohol does not make you big

The long-term objective of the "*Alcohol does not make you big*" campaign is educating the Romanian youth with respect to the harmful effects of alcohol consumption at teenage. The partners for this campaign are the Romanian Police and the Ministry of Education, Research and Youth.

Being launched in May 2006 as a pilot program in Bucharest, the project enjoyed explosive interest on behalf of teenagers, on the one hand due to the interesting materials presented in the teaching institutions, on the other hand due to the direct involvement of the world boxing champion Leonard Doroftei.

One year later, the "Alcohol does not make you big" campaign was extended and it reached a national level, having as target group students between 14 and 18 years old from Romanian high schools. Two short educative films "*What does it mean to be cool*" and "*The price of a sports life*" were distributed to high schools nationwide, on magnetic media, together with lesson plans, in order for them to be studied during masterclasses, within the chapter "*Healthy lifestyle*". At the same time, a caravan whose promoter was Dr. Cristian Andrei, went through Bucharest, Cluj Napoca, Constanta, Craiova, Iasi, Ilfov, Ploiesti, Timisoara. Thus, over 2,000 high school students have had the opportunity to be counseled by the famous doctor on alcohol consumption, and over 140,000 pupils have seen the two educative films.

As an alternative to the way they usually spend their spare time, the organizers gave the teenagers the opportunity to enroll in competitions with prizes of almost 10,000 RON. The competition of sites "*TrezNet*" and that of short educative films "*Be cool without alcohol*" have gathered thousands of competitive projects.

Until the end of 2008, the "Brewers of Romania" Association, together with its two partners, will prepare a national network of over 1500 "ambassadors" of the "*Alcohol does not make you big*" campaign (teachers and police inspectors). They will take the campaign message over to their students.

The social responsibility of "Brewers of Romania"



Realitatea se schimbă când conduci băut

Asociația "Berarii României", cu sprijinul Direcției Poliției Rutiere din cadrul Inspectoratului General al Poliției Române și Consiliul Național al Audiovizualului au lansat, la începutul acestui an, campania socială de educare a conducătorilor auto, "*Realitatea se schimbă când conduci băut*".

Campania se adresează în special șoferilor între 18 și 35 de ani din zonele urbane, persoane independente, sociabile și cu un ritm de viață alert.

"Asociația Berarii României și-a propus, încă de la înființare, să acționeze responsabil față de consumatorii de bere din România, promovând consumul cu moderație al unor beri de calitate. Inițierea acestei campanii de către Berarii României demonstrează angajamentul nostru social și preocuparea pentru un consum responsabil. Ne dorim ca această campanie să contribuie în special la prevenirea accidentelor", a declarat dl. Mihai Ghyka, președintele Asociației Berarii României.

Numai anul trecut, în perioada ianuarie - octombrie, numărul de accidente rutiere produse pe fondul consumului de alcool a fost de 390, aplicându-se peste 20.000 de sancțiuni șoferilor depistați sub influența alcoolului. *"A conduce după ce ai băut un pahar cu alcool îți poate schimba atât ție, cât și altora, radical cursul vieții. Este o campanie la sfârșitul căreia ne dorim să constatăm că numărul accidentelor de circulație produse pe fondul consumului de alcool a scăzut. În acest mod vom putea afirma că am contribuit la educația rutieră a conducătorilor auto, că am avut succes și, cel mai important, că am salvat vieți",* a declarat dl. comisar șef Theodor Gino Bosman, director adjunct al Direcției Poliției Rutiere.

Proiectul se va desfășura timp de 3 ani, începând cu februarie 2008 și reprezintă prima inițiativă pe termen lung în ceea ce privește educarea șoferilor. Prima etapă, care se va derula până la finele anului, se concentrează pe creșterea gradului de conștientizare a efectelor alcoolului asupra abilităților de a șofa. *"Spoturile radio și TV sunt construite pe ideea că o experiență plăcută poate deveni îngrozitoare atunci când conduci băut. Este în primul rând o campanie educativă menită să responsabilizeze conducătorii auto și să reducă numărul accidentelor cauzate de consumul de alcool",* a spus dl. Attila Gasparik, vicepreședintele CNA.

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 the social campaign for educating car drivers at the beginning of this year, called "*Reality changes when you drive drunk*".

The campaign is especially directed to drivers between 18 and 35 years old from urban areas, independent and sociable persons, living life at an alert tempo.

"The Brewers of Romania Association has undertaken, since its incorporation, to act responsibly towards the consumers of beer in Romania, promoting a moderate consumption of quality beer. The fact that the Brewers of Romania has initiated this campaign proves that we are socially committed and that we are preoccupied by responsible consumption. We want this campaign to contribute especially to the prevention of accidents", Mr. Mihai Ghyka, the president of the Brewers of Romania Association, declared.

Last year, between January and October, the number of road accidents which took place because alcohol consumption was of 390, 20,000 sanctions being applied to those drivers found to have been under the influence of alcohol. *"Driving after having drunk a glass of alcohol may change the course of your life and of others. It is a campaign at whose end we would like to notice that the number of driving accidents which took place because of alcohol consumption has lowered. In this manner we will be able to claim that we have contributed to the road education of car drivers, that we have been successful and, the most important of all, that we saved lives",* declared Mr. Theodor Gino Bosman, chief commissioner, assistant director of the Road Police Department

The project will take place for 3 years, starting from February 2008 and it represents the first initiative on long term as regards the education of the drivers. The first stage, to be carried out until the end of the year, will focus on raising the awareness on the effects of alcohol on driving abilities. *"Radio and TV spots focus on the idea that a pleasant experience may become horrible when you drive drunk. In the first place it is an educational campaign meant to make car drivers more responsible and to reduce the number of accidents caused by alcohol consumption",* Mr. Attila Gasparik, the vice-president of CNA, said.



Contribuția membrilor BR în economia românească

The contribution of the BR's members to the Romanian economy

Investiții

Membrii Asociației "Berarii României" au dezvoltat proiecte semnificative de investiție în facilitățile lor de producție, dovedind astfel susținerea permanentă pe care o au față de economia românească. Practic ei au dublat suma investițiilor anul trecut, în comparație cu anul precedent.

Anul	2004	2005	2006	2007	Total*
Membrii BR/ BR's members	58	77	100	210	766

Cifre exprimate în milioane euro

* Total investiții de la intrarea membrilor pe piață

Taxe

Taxele, reprezentând accize, TVA și taxe directe pentru angajați, pe care membrii Asociației "Berarii României" le plătesc an de an, fără întârziere, către statul român, demonstrează influența și importanța acestora pentru bugetul de stat.

Anul	2004	2005	2006	2007
Membrii BR/ BR's members	122	167	214	264

Cifre exprimate în milioane euro

Angajați

Numărul angajaților care lucrează direct în cele 11 fabrici ale membrilor noștri este în creștere față de anul trecut. Peste 4.400 de oameni muncesc în fabricile situate în Blaj, Brașov, Buzău, Cluj-Napoca, Constanța, Craiova, Hațeg, Pantelimon, Ploiești, Miercurea-Ciuc și Timișoara.

Investments

The members of the "Brewers of Romania" Association have carried out significant investment projects in their production facilities, proving that they are permanently sustaining the Romanian economy. Practically, during the last year they have doubled the amount used for investments, in comparison with the previous year.

2004	2005	2006	2007	Total*
58	77	100	210	766

Figures expressed in million euros

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

Taxes

The taxes, representing excises, VAT and direct taxes for employees, which the members of the "Brewers of Romania" Association pay yearly, with no delays, to the Romanian state, prove their influence on and their importance for the state budget.

2004	2005	2006	2007
122	167	214	264

Figures expressed in million euros

Employees

The number of employees working directly in the 11 factories of our members is growing in comparison to last year. Over 4,400 people work in the factories located in Blaj, Brasov, Buzau, Cluj-Napoca, Constanta, Craiova, Hateg, Pantelimon, Ploiesti, Miercurea-Ciuc and Timisoara.

Industria berii

The Beer Industry



Industria berii în România

Piața berii din România este într-un continuu progres, datorită dezvoltării economice și a puterii de cumpărare a populației. La creșterea vânzărilor din 2007, spre exemplu, stau la bază și factori precum vremea favorabilă consumului atât în sezonul rece cât și în cel estival, când, de obicei, berea este la mare căutare.

Anul/year	2004		2005		2006		2007
Piața Berii/Beer Market*	14.5	4,8%	15.2	16,4%	17.7	9,6%	19.4
Vânzările membrilor BR/BR'sales*	9.73	7,4%	10.45	20,6%	12.60	20,2%	15.15

*milioane hl

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

*million hl

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

Vânzările pe tipuri de ambalaje

În varietatea tipurilor de ambalaje existente pe piața românească a berii, se observă că PET-ul - ambalajul a cărui cotă diferentiază piața din România de alte țări europene - înregistrează o temperare a ritmului de creștere deținut în ultimii ani, în timp ce ambalajul tip Can urcă în topul preferințelor consumatorilor.

Type of packaging	2004	2005	2006	2007
PET*	24.4	31.4	40.4	45.6
Bottle*	61.9	54.5	46.2	40.5
Can*	8.0	7.8	8.7	10.4
Draught*	5.7	6.3	4.7	3.5

* % din totalul vânzărilor de bere

* % of the total beer sales

The beer industry in Romania

The Romanian beer market is continuously growing, due to the economic development and to the population's purchasing power. For example, the growth of the sales in 2007 is also based on factors such as the weather favourable to consumption both during the cold season and during summer, when generally beer is popular.

Beer sales by type of packaging

It is to be observed among the variety of the packaging types that PET – the packaging which share differentiates the Romanian market from other European countries – has a slowing down of the increasing trend from the previous years, while Can packaging is situated on the top of the consumers' preferences.



Industria berii

The Beer Industry

Importurile și exporturile de bere

Ponderea importurilor în piața berii este încă nesemnificativă, cu toate că integrarea în Uniunea Europeană a dus piața din România în spațiul comunitar lărgit. Românii consumă aproape întreaga producție internă de bere, ponderea importurilor fiind de sub 1%. Cât privește exporturile, acestea au scăzut, ajungând la nivelul anului 2004.

Anul / Year	2004
Importuri/Imports*	0.059
Exporturi/Exports*	0.024

*milioane hl

Sursa: Institutul Național de Statistică

Beer exports and imports

The weight of the imports on the beer market is still insignificant, even though the accession to the European Union has taken Romania into a wider community space. Romanians consume almost their entire beer production, the weight of imports being under 1%. As regards exports, these have diminished, reaching the level they had in 2004.

	2005	2006	2007
Importuri/Imports*	0.028	0.032	0,18
Exporturi/Exports*	0.056	0.076	0,026

*million hl

Source: National Institute of the Statistics

Consumul de bere pe cap de locuitor

Un român a consumat în medie 89 de litri de bere în 2007, cu aproape 10 % mai mult decât în anul precedent. Conform statisticilor furnizate de Berarii Europei, în 2006, un ceh consuma 160 de litri/an, un neamț 116, un austriac, un irlandez sau un luxemburghez 108, un englez 92, un belgian sau un finlandez 98.

Anul / Year	2004
Romania	66

Beer consumption per capita

One Romanian consumed an average of 89 liters of beer in 2007, almost 10% more than the previous year. According to the statistics provided by the Brewers of Europe, in 2006 a Czech consumed 160 liters/year, a German 116, an Austrian, an Irishman or a Luxembourger 108, an Englishman 92, a Belgian or a Finn 98.

	2005	2006	2007
Romania	70	81	89

Beneficiile consumului responsabil de bere

The benefits of the moderate beer consumption



Berea este o băutură populară îndrăgită deopotrivă de femei și bărbați. Are o imagine complexă, definită prin culoare, spumă îmbietoare, gustul care poate să fie dulce, amar, acru sau sărat, limpiditatea combinată cu acidul, mirosul și echilibrul aromelor. Toate aceste caracteristici definesc practic fiecare stil de bere, dezvăluindu-i personalitatea.

Această băutură, care ascunde o istorie de mii de ani, poate produce efecte sociale, psihice și fizice benefice fiecărui consumator. Cu o condiție: să fie consumată cu moderație, adică în limitele impuse de sănătatea fiecăruia, de societatea în care trăim și totodată de obligațiile pe care le avem față de familie sau prieteni.

Stil de viață de nota zece

Cunoscută ca fiind băutura cu cel mai mic grad de alcoolemie din categoria băuturilor fermentate, berea face parte din viața noastră. Pentru unii consumatori, berea este pretext de socializare, apropiindu-i de prieteni sau înlesnind comunicarea, pornește distracția sau o menține mai mult timp, în timp ce pentru alții este o băutură la modă, pe care o savurezi cu plăcere într-o multitudine de ocazii.

Studii despre consumatorii de bere relevă faptul că aceștia spun despre produs că le dă încredere în ei înșiși, îi determină să se simtă plini de viață și totodată confortabili, făcând lucrurile mai ușoare.

Berea este o băutură naturală, în al cărei conținut se regăsesc din belsug minerale, vitamine, fibre și substanțe antioxidante. Ingredientele acesteia - apa, malțul, hameiul și drojdia - au o mulțime de însușiri legate de starea de bine a organismului.

Beer is a popular drink both men and women like. It has a complex image, defined by color, inviting foam, taste which may be sweet, bitter, sour or salty, limpidity combined with acid, the smell and the balance of flavors. All these characteristics practically define each beer style, revealing its personality.

This drink, hiding a history of thousands of years, may have social, psychical and physical effects on each consumer. On one condition: that it is consumed with moderation that is, within the limits imposed function of the health of each person, of the society we live in and at the same time of the obligations we have towards our families or friends.

Excellent Lifestyle

Known as the drink with the lowest alcohol content by volume of all alcoholic drinks, beer is part of our lives. For some consumers, beer is a socialization pretext, helping them to get closer to their friends or making communication easier, it starts off fun or keeps it going for a longer time, while for others it is a trendy drink one can enjoy in many situations.

Studies on beer consumers reveal the fact that they claim this product gives them self-confidence, makes them feel lively and comfortable at the same time, making things easier.

Beer is a natural drink, containing plenty of minerals, vitamins, fibers and antioxidant substances. Its ingredients - water, barley malt, hop and yeast - have plenty of properties related to the wellness of the organism.



Beneficiile consumului moderat de bere

The benefits of the moderate beer consumption

Conținutul de minerale - Potasiu, Magneziu, Fosfor, Calciu, Sodiu, Seleniu, Fier, Zinc - acoperă o bună parte din necesarul zilnic. Este binecunoscut faptul că potasiul are o acțiune benefică în profilaxia infarctului și, de asemenea, un efect diuretic, în timp ce magneziul ajută la scăderea colesterolului din sânge și este favorabil activității cardiace. De asemenea, berea este o sursă excepțională de vitamine, în special cele de tip B. Berea mai conține acid folic, inozitol și calina.

Dacă luăm în calcul și fibrele solubile provenite din pereții celulari ai malțului, precum și substanțele antioxidante derivate din hamei și malț, vedem că berea are implicații indiscutabile în buna funcționare a organismului.

Știați că berea nu este de vină pentru kilogramele în plus?

Un pahar de lapte, iaurt sau suc de mere conține mai multe calorii decât unul cu bere. Consumată cu moderație, această licoare naturală, ne poate menține silueta în parametrii dorțiți.

Berea nu conține pic de colesterol și este foarte săracă în zaharuri. Când savurăm un pahar de bere, începem să numărăm kaloriile în funcție de cantitatea pe care o bem. Comparată cu alte băuturi, berea ocupă un loc fruntaș în topul celor cu conținut caloric redus. Un pahar de 100 de mililitri de lapte conține 64 de calorii, unul de suc de mere neîndulcit 47 de calorii, unul de vin cu 12% alcoolemie 77 de calorii, iar unul de lichior cu 40% alcoolemie 320 de calorii, în timp ce unul de bere cu 4,6% alcoolemie are 41 de calorii, iar berea non alcoolică 15 calorii.

Atenție însă cu ce mâncăruri asociați consumul de bere. Aportul caloric va crește vertiginos dacă alegeți o porție de mâncare bogată în calorii.

Consumată zi de zi cu moderație, berea este parte a unei diete echilibrate!

The contents of minerals - Potassium, Magnesium, Phosphorus, Calcium, Sodium, Selenium, Iron, Zinc - cover most of the daily needs. It is well-known that Potassium has a benefic influence in the prophylaxis of infarction and a diuretic effect, while magnesium helps lower the cholesterol in the blood and it favors the activity of the heart. Beer is also an exceptional source of vitamins, especially of the B-type ones. Beer also contains folic acid, inositol and kalium.

If we are to take into account the soluble fibers from the cell walls of malt, and also the antioxidant substances derived from hop and malt, we observe that beer has undisputable implications in the proper functioning of the organism.

Did you know that beer is not guilty of extra pounds?

A glass of milk, yoghurt or apple juice has more calories than one of beer. Consumed with moderation, this natural liquor may keep our figure within the parameters we want.

Beer has no cholesterol and it is very poor in sugars. When we have a mug of beer, we start counting the calories function of the quantity we drink. In comparison with other drinks, beer has a high position in the top of drinks with low-calories drinks. A 100 ml glass of milk contains 64 calories, one of apple juice with no added sugar 42 calories, one of wine with 12% alcoholemia 77 calories, and one of liqueur with 40% alcoholemia 320 calories.

Pay attention to the foods you eat while drinking beer. The amount of calories will increase quickly if you choose a dish full of calories.

If drunk moderately every day, beer is part of a balanced diet!

Heineken România



Parte a grupului internațional Heineken, compania Heineken România a fost fondată în anul 1998, purtând inițial denumirea de Brau Union.

Producătorul de bere a preluat numele actual în martie 2007, acesta fiind un pas firesc în procesul de implementare a valorilor și a culturii globale Heineken.

Capacitatea constantă de inovație și ambiția de a veni mereu în întâmpinarea cerințelor tot mai ridicate ale consumatorilor, au făcut ca Heineken România să devină liderul pieței de bere din România, poziție pe care compania a reușit să o mențină până astăzi (cota de piață de 25,8%, conform AC Nielsen 2007).

Heineken România se bazează întotdeauna pe capacitățile sale de inovare și pe standardele de calitate pe care le aplică în fabricarea fiecăreia dintre cele 11 mărci din portofoliul său: Heineken, Gosser, Silva, Ciuc, Golden Brau, Gambrinus, Bucegi, Harghita, Hațegana, Schlossgold și Zipfer (marcă importată).

Compania deține 4 fabrici pe teritoriul României, în orașele Constanța, Miercurea Ciuc, Hațeg și Craiova, oferind produse de calitate consumatorilor. Heineken România are aproximativ 1300 de angajați care lucrează fie în fabricile de bere mai sus menționate, fie în sediile de birouri ale companiei.

Partenerii Heineken România, fie aceștia angajați, clienți sau colaboratori, sunt cei care dau sens celor 3 valori ce guvernează compania Heineken: **Respect, Bucurie și Pasiune pentru Calitate**. Acestea reprezintă fundația pe care Heineken își dezvoltă proiectele peste tot în lume. Heineken România, ca parte integrantă a grupului internațional Heineken, a adoptat aceste valori și le respectă în activitatea de zi cu zi.

Part of the international Heineken Group, Heineken Romania was founded in 1998, under the initial name of Brau Union.

The Company took up its current name in March 2007, as a natural step in the process of implementing the Heineken global values and culture.

The Company's constant innovation and strive to meet its consumer's growing expectations drove Heineken Romania to become the leader of the Romanian beer market in year 2000, a position the Company has managed to maintain till now (share market of 25.8% according to AC Nielsen).

Heineken Romania takes pride in its innovation capabilities and quality standards that it applies to each and every one of the 11 beer brands that make up the Heineken Romania portfolio: Heineken, Gosser, Silva, Ciuc, Golden Brau, Gambrinus, Bucegi, Harghita, Hategana, Schlossgold and Zipfer (imported).

The Company has 4 breweries throughout Romania, in Constanta, Miercurea Ciuc, Hateg and Craiova, creating quality products for consumers. Approximately 1300 people work for Heineken in Romania, either in the above-mentioned breweries or in the company offices.

The people Heineken Romania works with, be they employees, clients or business partners, are the ones that bring to life Heineken's core values: **Respect, Enjoyment and Passion for Quality**. These are the pillars upon which Heineken builds its business everywhere in the world. Heineken Romania, as a part of Heineken Group has adopted these values and stands by them in its every day activities.



InBev Romania

InBev Romania- filiala locală a numărului 1 mondial: InBev

InBev Romania este parte a concernului multinațional InBev, numărul 1 mondial din punct de vedere volumic, una dintre cele mai mari și mai active organizații din lume în domeniul său de activitate, o afacere globală cu 85.000 de oameni, 14% din piața mondială și cu vânzări de 243 milioane hectolitri pe an (estimat la sfârșitul anului 2007). InBev este pe locul 1 sau 2 pe 20 de piețe importante din lume și are două mărci globale cu cea mai rapidă creștere: Stella Artois și Beck's.

InBev are în portofoliul său mai mult de 200 de mărci și desfășoară operațiuni în peste 32 de țări din America, Europa și Asia - Pacific.

Mărcile InBev în România

InBev România deține în prezent două fabrici de bere, la Ploiești și Blaj și are 732 angajați și o rețea de distribuție națională. Prezintă de 14 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 **ieulie 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 fuzionarea tuturor entităților din grup, pentru ca ulterior, în **mai 2007**, acesta să-și schimbe denumirea în InBev România SA.

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

InBev Romania is part of the multinational brewer InBev ranging no.1 worldwide in terms of beer production volume, one of the largest and fastest-growing in the world in its field, a global business including 85,000 people, covering a 14% share of the world market and boasting yearly sales amounting to 202 million hectoliters. InBev ranges first or second on 20 major markets in the world and sells two global brands with the fastest-growing pace: Stella Artois and Beck's. InBev's portfolio includes more than 200 brands, as the company is conducting business in more than 32 countries in America, Europe and Asia - Pacific.

InBev brands in Romania

Currently InBev Romania owns two breweries, in Ploiesti and Blaj and has 732 employees and a national distribution network. Having been present on the local market for 14 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.

United Romanian Breweries



United Romanian Breweries este prima companie de bere din Europa de Est, care a dezvoltat un proiect green field. 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 internaționale: Tuborg, Tuborg Strong, Tuborg Christmas Brew, Holsten, 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 atât 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. În 2007 au fost finalizate lucrările de dublare a capacității de producție a fabricii prin construirea unei noi berării, astfel încât, la sfârșitul lui 2007, aceasta a atins 2.1 mil hl.

Compania URBB are peste 950 de angajați, iar în domeniile conexe generează peste 4.000 locuri de muncă. Respectul față de angajați este demonstrat prin premiile primite de-a lungul timpului, precum "Best investor in people", premiu oferit de Codecs în 2005 și ocuparea locului 21 în "Top 100 cele mai bune companii pentru care să lucrezi", întocmit de Capital în 2007.

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 în parteneriat cu Fundația "Mereu Aproape" și Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, programul de mediu **"Tu și Umbrela Verde-Mereu Aproape"**, care are drept obiective informarea, educarea și responsabilizarea românilor în ceea ce privește starea mediului înconjurător ca efect al propriilor lor acțiuni. **"Tu și Umbrela Verde - Mereu Aproape"** își propune să acționeze în principal la nivelul mentalităților și să schimbe atitudinea greșită a românilor față de natură. Site-ul www.umbrelaverde.ro a devenit deja un loc virtual de întâlnire al tuturor celor care vor să facă schimbarea posibilă.

United Romanian Breweries is the first beer company from East 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, Carlsberg, Skol and imported Guinness and Kilkenny.

The factory is the only production unit of URBB and one of the most modern beer factories from Romania and from the Carlsberg Group. Built in 13 months, production has been started at the end of 1997. In 2007 was finalized the construction of the new production facilities by building a new brewery, which assures a production capacity of 2.1 mil hl.

Our company has a number of over 950 employees and offers job opportunities for more than 4,000 people that work in additional fields. The respect for our employees is proven by the awards received during time as "Best investor in people" offered by Codecs in 2005 and the 21st position in "Top 100 cele mai bune companii pentru care sa lucrezi" made by Capital in 2007.

Social Responsibility:

Since the beginning of our activity in Romania, we have been active in the life of society, 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, in partnership with "Mereu Aproape" Foundation and Minister of Environment and Sustainable Development, URBB has launched an environmental program **"Tu și Umbrela Verde-Mereu Aproape"**. The main purpose of the program is to make Romanians become more informed, educate and responsible regarding the environmental issues as effects of their actions. **"Tu și Umbrela Verde - Mereu Aproape"** already has took action in order to change the wrong attitude toward nature. Also, 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, subsidiară a SABMiller plc, deține o cotă de de 24.9% pe piața din România (conform MEMRB). Compania, cu sediul în București, deține 4 fabrici de bere, în Cluj-Napoca, Timișoara, Buzău și Brașov și peste 1.500 de angajați.

SABMiller plc este unul dintre cei mai mari producători de bere din lume, cu operațiuni de producție și distribuție în peste 60 de țări de pe 5 continente. Portofoliul de mărci al grupului include beri internaționale din segmentul premium, cum ar fi Miller Genuine Draft, Peroni Nastro Azzurro și Pilsner Urquell, precum și o importantă gamă de mărci locale în poziția de lideri de piață.

Mărcile URSUS Breweries sunt Peroni Nastro Azzurro, URSUS, Timișoreana, Ciucas, Stejar și Pilsner Urquell.

Peste 250 mil. 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 și de a asigura calitatea produselor sale, dezvoltând mărcile românești.

Responsabilitatea socială - o prioritate pentru URSUS Breweries

URSUS Breweries este o companie prezentă și activă în viața socială a comunității în care își desfășoară activitatea prin programe educaționale, de formare profesională destinate tinerilor și de promovare a responsabilității civice. "Milioane de oameni, Milioane de copaci", "Trăiește cu măsură!", "Dovedește că ești Bun!", "Pune capac mizeriei din Delta!" și URSUS Breweries Community and Employees Fund - UBCEF sunt programele dezvoltate de companie, prin care aceasta consideră că poate avea un impact pozitiv în sânul comunității în care operează.

URSUS Breweries, subsidiary of SABMiller plc, holds a market share of 24.9% in Romania. The company headquartered in Bucharest owns 4 breweries in Cluj-Napoca, Timisoara, Buzau and Brasov and employs over 1,500 people.

SABMiller plc is one of the largest brewing companies in the world, with brewing interests and distribution agreements in over 60 countries on 6 continents. The group's brands include international premium brands such as Miller Genuine Draft, Peroni Nastro Azzurro and Pilsner Urquell, as well as an exceptional range of leading local beers. Outside the USA, SABMiller plc is one of the largest Coca-Cola bottling companies in the world.

URSUS Breweries **brands** are Peroni Nastro Azzurro, URSUS, Timișoreana, Ciucas, Stejar 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.

Social responsibility - a priority for URSUS Breweries

URSUS Breweries is actively present in the social life of the community where it operates, by means of educational programmes, professional training for young people and programmes aiming to promote civic responsibility. "Millions of People, Millions of Trees", "Measure your lifestyle!", "Prove you are Good!", "Put an End to Delta's Garbage!" and URSUS Breweries Community and Employees Fund - UBCEF are the programs developed by the company, through which it considers that it can have a positive impact in the community where it operates.

● Heineken Romania



● InBev Romania



● United Romanian Breweries



● URSUS Breweries





Contacte

Contacts

Asociația "Berarii României"

Dl. Mihai Ghyka - Președinte
Dl. Constantin Bratu - Director General

Modern Business Center

Bdul. Carol I, nr. 34-36, et. 2, Sector 2, București
Tel: +40 21 317 29 77; Fax: +40 21 317 29 85
E-mail: info@berariiromaniei.ro
www.berariiromaniei.ro

Membrii Asociației "Berarii României":

Heineken Romania

Dl. Edwin Botterman - Președinte & CEO

Str. Tipografilor, Nr. 11 - 15, Et. 4, Aripa A2-L,
Sector 1, București
Tel: + 40 21 202 77 00
Fax: + 40 21 316 06 70
E-mail: office@heineken.ro
www.heineken.ro

InBev Romania

Dl. Mihai Ghyka - Director General

B-dul Dimitrie Pompei nr. 9-9A, Iride Business Park,
cladirea 20, et. 1, Sector 2, București
Tel: + 40 21 243 11 00
Fax: + 40 21 243 10 01
www.inbev.com

United Romanian Breweries

Dl. Shachar Shaine - Președinte

Bld. Biruinței, Nr. 89, Pantelimon, Județul Ilfov
Tel: + 40 21 205 50 00
Fax: + 40 21 205 50 09
Email: office@tuborg.ro
www.tuborg.ro, www.tuborg.pressroom.ro

URSUS Breweries

Dl. Stephan Maria Weber - Președinte

Union Business Center 2
Str. Știrbei Voda, Nr. 26-28, Sector 1, București
Tel: + 40 21 314 04 20
Fax: : + 40 21 315 93 26

"Brewers of Romania" Association

Mr. Mihai Ghyka - President
Mr. Constantin Bratu - General Manager

Modern Business Center

34-36 Carol I Blvd., 2nd floor, Bucharest 2
Phone: +40 21 317 29 77; Fax: +40 21 317 29 85
E-mail: info@berariiromaniei.ro
www.berariiromaniei.ro

Members of "Brewers of Romania" Association

Heineken Romania

Mr. Edwin Botterman - President & CEO

'S-Park' Building

Tipografilor St 11-15, 4th floor, wing A2-L, Bucharest 1
Phone: + 40 21 202 77 00
Fax: + 40 21 316 06 70
E-mail: office@heineken.ro
www.heineken.ro

InBev Romania (ex Interbrew Romania)

Mr. Mihai Ghyka - General Manager

Iride Business Park, 9 - 9A Dimitrie Pompei Street,
no 20, 2nd floor, Bucharest 2
Phone: + 40 21 243 11 00
Fax: + 40 21 243 10 01
www.inbev.com

United Romanian Breweries

Mr. Shachar Shaine - President

Bld. Biruinței, Nr. 89, Pantelimon, Județul Ilfov
Phone: + 40 21 205 50 00
Fax: + 40 21 205 50 09
Email: office@tuborg.ro
www.tuborg.ro, www.tuborg.pressroom.ro

URSUS Breweries

Mr. Stephan Maria Weber - President

Union Business Center 2
26-28 Stirbei Voda St, Bucharest 1
Phone: + 40 21 314 04 20
Fax: + 40 21 315 93 26