



BRASSEURS
BELGES

WWW.BELGIANBREWERS.BE



BROCHURE D'INFORMATION 2023

1. BIENVENUE!

Chers brasseurs,

Avec une histoire qui remonte au système médiéval des guildes, la Fédération des Brasseurs Belges est l'une des plus anciennes associations professionnelles au monde. Située dans la Maison des Brasseurs sur la Grand'Place de Bruxelles, nous réunissons (en volume) presque toutes les brasseries du pays.

L'Association a pour objet social d'informer, de soutenir et de conseiller les brasseries établies en Belgique dans des dossiers liés au secteur de la bière belge et ce, en fournissant en temps utile, des informations correctes aux membres ou aux instances publiques, afin de pouvoir anticiper efficacement les problèmes, les événements et les défis. La fédération est active sur le plan national, international, interprofessionnel et professionnel. Nous entreprenons aussi diverses actions pour souligner et renforcer la marque "Bière belge", en Belgique et à l'étranger.

Dans cette brochure d'information, nous souhaitons vous donner plus d'informations sur nos activités et nos dossiers actuels. Il ne fait aucun doute que le secteur brassicole a été confronté à de nombreux défis ces dernières années. Non seulement, nous devons continuer à faire face aux difficultés dues à la crise du coronavirus et à la guerre en Ukraine, mais d'autres défis, tels que l'évolution du contexte social à propos de la consommation et de l'abus de boissons alcoolisées, figurent également en bonne place sur l'agenda (politique). En tant que secteur, comme toujours, nous prenons nos responsabilités et serons toujours des alliés pour refréner l'abus d'alcool, sans compromettre le riche tissu culturel et économique de notre secteur de la bière.

Nous accueillons toujours de nouveaux membres au sein de notre organisation et serions heureux de voir comment nous pouvons apporter une valeur ajoutée à votre brasserie. Avec cette brochure d'information, nous espérons vous convaincre à l'avance de certains des avantages de l'adhésion.

Soyons fiers de nos bières et trinquons à la nouvelle année.

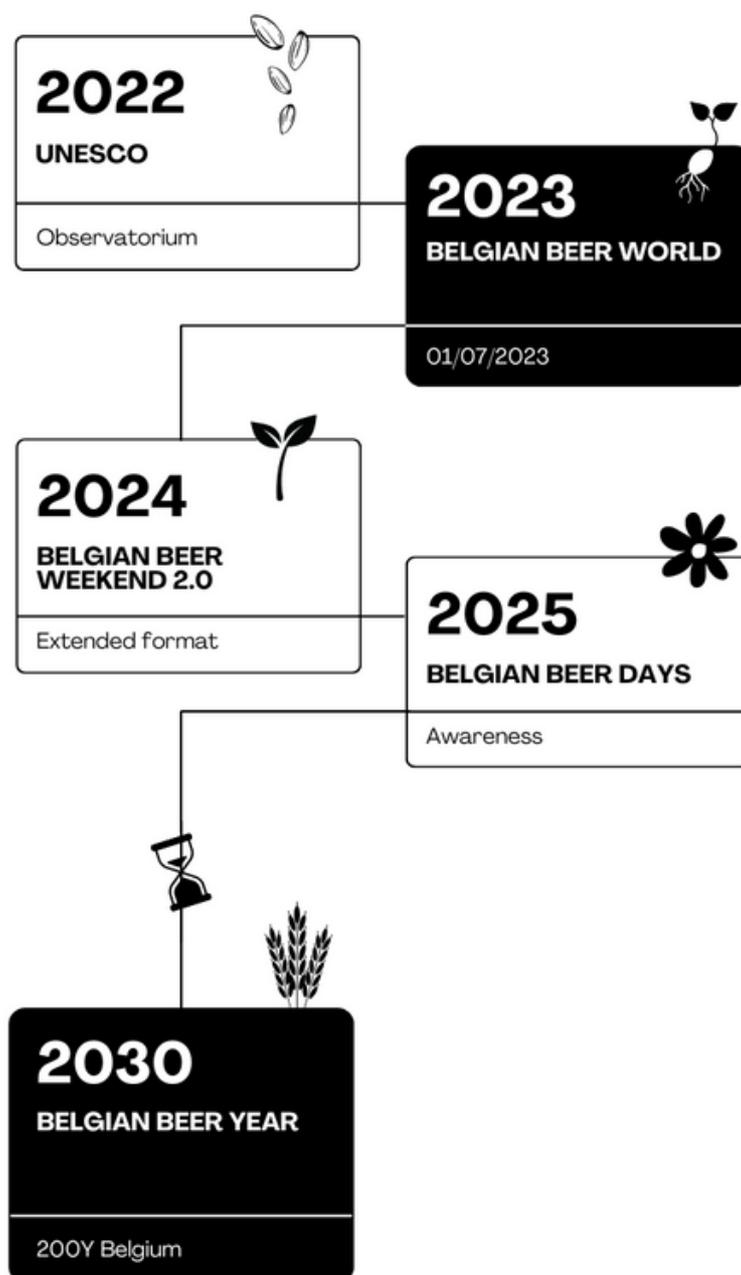
Santé!



2. MISSION 2030

'Bière belge' est une marque solidement établie, synonyme de qualité, diversité, passion et savoir-faire. En raison de la nouvelle dynamique autour de la 'craft community', entre autres, et de l'évolution rapide du contexte social, il est essentiel de continuer, dans les années à venir, à développer et à renforcer la 'bière belge' dans son ensemble, tant en Belgique qu'à l'étranger. Des mesures importantes ont déjà été prises en ce sens ces dernières années. Ainsi, la culture de la bière en Belgique, qui rassemble les gens depuis des siècles, a été reconnue comme patrimoine culturel immatériel par l'UNESCO en 2016. L'ouverture du Belgian Beer World dans le bâtiment de la Bourse de Bruxelles en juillet 2023 contribuera également à ancrer durablement notre culture de la bière en Belgique et à faire découvrir à de nombreux touristes (étrangers) l'énorme diversité de goûts et de styles de nos différentes marques de bière.

Les Brasseurs Belges ont clairement l'ambition de poursuivre sur cette lancée dans les prochaines années et de pouvoir célébrer l'« Année de la Bière » en 2030, lors du 200ème anniversaire de la Belgique. La route est encore longue, mais en 2023, nous mettrons plusieurs choses en place pour atteindre cet objectif.





BOOST THE BRAND. DEVELOP THE CATEGORY. INSPIRE THE COMMUNITY.

...est notre point de départ pour les années à venir. A cette fin, nous travaillons sur trois piliers différents qui s'influencent et se renforcent mutuellement dans toutes les directions. Nous entreprenons des actions qui sont dans l'intérêt collectif de l'ensemble du secteur.

1 Lobby & Stakeholder Management

- Défense des intérêts du secteur brassicole à tous les niveaux politiques.
- Représentation du secteur brassicole dans d'autres organisations.
- Collaboration constructive avec les parties prenantes.

2 Promotion & Communication

- Dialogue proactif.
- Promotion positive de la catégorie par le biais d'événements ou de campagnes.
- Communication en ligne et hors ligne.

3 Centre de connaissances

- Collecter et développer toutes les informations sur la bière belge.
- Partager et implémenter les informations reconnues.
- Utiliser les technologies modernes.

3. LOBBY & STAKEHOLDER MANAGEMENT

GÉNÉRALITÉS

Guerre en Ukraine

Les conséquences du conflit en Ukraine sont devenues douloureusement évidentes pour chacun de nos membres en 2022: facture d'énergie vertigineuse, achat de matières premières plus coûteuses et pénurie de CO₂ et de matériaux d'emballage. Malgré le fait que les prix de l'énergie semblent se stabiliser, il reste à voir ce que l'année à venir nous réserve.

NOTRE OBJECTIF?

- Maîtriser les prix de l'énergie (plafonds tarifaires fixés par l'UE)
- Continuité de l'approvisionnement en CO₂
- Continuité de l'interprétation et facilitation des exportations dans le cadre des paquets de sanctions de l'UE
- Inflation des prix des matières premières et des emballages

POURQUOI?

- Assurer la continuité
- Préserver l'érosion des marges
- Protéger les brasseries du prochain choc économique

COMMENT?

- Rechercher le plus grand nombre possible de mesures compensatoires, telles qu'une aide directe en cas de crise, le chômage temporaire et une garantie d'approvisionnement en énergie
- Consulter les pouvoirs publics compétents, les parties prenantes, les organisations sectorielles

Plan 'alcool'

Depuis des années, les brasseurs belges plaident pour une consommation responsable et modérée de leurs produits. En outre, la politique de santé actuelle en matière d'alcool porte ses fruits. La majorité des consommateurs d'alcool le font de façon responsable : la consommation abusive d'alcool diminue progressivement en Belgique. Les amateurs de bière optent plus souvent pour des alternatives sans alcool et le nombre de conducteurs prenant le volant après avoir consommé de l'alcool, est en constante baisse.

En tant que fédération, nous restons un partenaire constructif des décideurs politiques fédéraux et régionaux pour façonner ensemble la future politique en matière d'alcool, sans renier la culture de la bière en Belgique, reconnue par l'UNESCO. Comme déjà indiqué l'an dernier dans notre brochure d'information sur le plan 'alcool', nous sommes convaincus que convivialité et responsabilité vont de pair. Au cours de l'année à venir, nous poursuivrons donc la lutte contre l'abus d'alcool, en particulier chez les jeunes.

NOTRE OBJECTIF?

- Poursuivre la lutte contre l'abus d'alcool
- Encourager la consommation responsable de bières belges sans renier notre culture de la bière diversifiée et raffinée
- Nuancer la teneur du débat public

POURQUOI?

- Assumer sa responsabilité sociale
- Sensibilisation et prévention
- Toujours essayer de maintenir une certaine nuance dans le débat public autour de l'alcool

COMMENT?

- Consulter les pouvoirs publics et les acteurs concernés
- S'exprimer de manière proactive dans le débat
- Communiquer par le biais de divers canaux
- Campagnes de prévention (e.a. BOB)

Contrats d'approvisionnement en boissons

Un nouveau code de conduite pour de bonnes relations entre les brasseurs, les négociants en boissons et le secteur horeca a été négocié avec succès l'an dernier. L'étape suivante consiste à mettre en œuvre et à assurer le suivi des nouvelles lignes directrices.

NOTRE OBJECTIF?

- Parvenir à un équilibre viable et sain entre les différents acteurs concernés

POURQUOI?

- Optimiser les relations
- Soutenir les brasseries locales dans la vente de leurs bières

COMMENT?

- Commission de conciliation
- Révision du Code de conduite.

Agents pathogènes environnementaux

La prévention de la contamination par des agents pathogènes environnementaux tout au long de la chaîne alimentaire est devenue un aspect important du contrôle de la sécurité alimentaire microbiologique. En effet, les agents pathogènes environnementaux présents dans l'environnement de production peuvent entrer en contact avec les denrées alimentaires par le biais des surfaces de contact, de l'air, de l'eau ou du personnel et causer ainsi une (post-)contamination des denrées alimentaires. Dans le cas d'une brasserie, il n'y a pas de danger immédiat, car les agents pathogènes environnementaux ne survivent pas dans un environnement alcoolisé.

NOTRE OBJECTIF?

- Clarifier la situation dans le secteur brassicole (limiter les analyses)

POURQUOI?

- Pas de danger immédiat dans les brasseries

COMMENT?

- Consulter les acteurs concernés

DURABILITÉ

Green Deal

Les brasseurs belges accordent une grande importance aux pratiques commerciales durables et prennent diverses mesures pour réduire leur empreinte écologique. Le 'Green Deal Brasseurs' œuvre spécifiquement en faveur d'une utilisation plus durable de l'eau dans le processus de production.

NOTRE OBJECTIF?

- Utiliser moins d'eau
- Pomper moins d'eau dans les aquifères souterrains en mauvais état.

POURQUOI?

- Entrepreneuriat durable
- Contribuer à l'économie circulaire.

COMMENT?

- Poursuivre l'engagement en période de changement climatique.

Guide d'autocontrôle

La mise à jour du guide d'autocontrôle pour le secteur brassicole, lancée en 2022, sera finalisée cette année et soumise à l'AFSCA pour validation.

NOTRE OBJECTIF?

- Se tenir au courant des dernières prescriptions et règles (AFSCA)

POURQUOI?

- Répondre à toutes les normes (de sécurité alimentaire)

COMMENT?

- Ecouter les acteurs concernés - prendre en compte les remarques de l'AFSCA

Lavabilité des étiquettes

Plusieurs brasseurs rencontrent des problèmes avec la lavabilité des étiquettes des bouteilles de leurs collègues. Lors du retour des bouteilles vides, les bouteilles à usage unique (one-way) se retrouvent dans les casiers des bouteilles consignées standardisées. Les machines de rinçage dans les brasseries, fonctionnant avec un système de retour, sont obstruées par ces étiquettes non solubles.

NOTRE OBJECTIF?

- Définir un cadre qui neutralise les problèmes liés à la lavabilité des étiquettes
- Limiter l'afflux de bouteilles one-way dans le système de retour

POURQUOI?

- Limiter la pollution du parc de bouteilles consignées et les émissions des bouteilles dans les machines de rinçage

COMMENT?

- Dialoguer avec les brasseries qui utilisent des étiquettes non solubles ou auto-adhésives sur les bouteilles consignées
- Rédiger une déclaration d'intention pour les secteurs concernés, à développer dans un code de conduite



Proud to be clear

Les brasseurs belges veulent fournir aux consommateurs des informations plus transparentes sur les ingrédients et la valeur énergétique, sur leurs étiquettes. Ils œuvrent dès lors pour obtenir un étiquetage uniforme par-delà les frontières nationales et ce, dans un délai raisonnable, afin que cela reste possible pour tous, et en particulier pour les plus petits brasseurs.

NOTRE OBJECTIF?

- Un étiquetage transparent et uniforme
- Un délai suffisant pour y arriver

POURQUOI?

- Une meilleure information pour les consommateurs
- Europe beating cancer (proposition d'apposition d'avertissements sanitaires sur les étiquettes en 2023)
- Contrôler la faisabilité pour les plus petits brasseurs

COMMENT?

- Faire part des préoccupations aux partenaires concernés

Consigne sur les vidanges

La hausse structurelle et soutenue des prix des bouteilles en verre n'est plus en adéquation avec la valeur actuelle de la consigne. Avant de pouvoir résoudre cette problématique, nous étudions la possibilité d'une augmentation et d'une harmonisation générales.

NOTRE OBJECTIF?

- Augmentation sectorielle et harmonisation des taux de consigne

POURQUOI?

- Faciliter l'efficacité tout au long de la chaîne

COMMENT?

- Eviter les risques d'infractions au droit de la concurrence (avis négatif Autorité belge de la Concurrence & du SPF Economie)
- Etablir un plan d'approche
- Déployer par phases (si possible)

FISCALITÉ

Accises

Les accises sur la bière ont été augmentées pour la dernière fois en 2016. C'est pourquoi nous continuons à penser qu'une nouvelle hausse des accises est hors de question.

NOTRE OBJECTIF?

- Pas de nouvelle hausse des accises

POURQUOI?

- Maintenir un avantage concurrentiel par rapport aux autres pays

COMMENT?

- Dialoguer avec les pouvoirs publics

Taxe sur les emballages

Les emballages de bière sont aujourd'hui soumis à une taxe sur les emballages et contribuent largement aux recettes publiques. Ces taxes sont (partiellement) répercutées sur les consommateurs, ce qui affecte leur pouvoir d'achat. Nous sommes donc convaincus qu'une augmentation de cette taxe, telle que prévue dans le budget des autorités, ne devrait pas avoir lieu.

NOTRE OBJECTIF?

- Eviter l'augmentation prévue dans le budget
- Orienter vers la réforme si possible
- Privilégier une taxe écologique sur les emballages, promouvoir les emballages consignés

POURQUOI?

- Maintenir un avantage concurrentiel par rapport aux autres pays

COMMENT?

- Consulter les organisations sectorielles et les pouvoirs publics



4. PROMOTION & COMMUNICATION

IMAGE ET COMMUNICATION DE LA FÉDÉRATION

Nous allons rafraîchir notre communication interne et externe en 2023 afin de mieux vous informer et d'accroître la portée de l'asbl Brasseurs Belges. Grâce, entre autres, à une présence plus active sur les réseaux sociaux, nous serons en mesure de réagir plus rapidement à l'opinion publique.

Q1

ADN Brasseurs Belges

- Plan d'action 2023

Plan de communication Brasseurs Belges (1)

- Rafraîchir l'identité visuelle
- Etablir un plan de contenu pour les réseaux sociaux
- Lancer un bulletin d'information externe
- Définir la structure du nouveau site Internet

Q2

Rapport annuel 2022

Plan de communication Brasseurs Belges (2)

- Lancer la nouvelle identité visuelle
- Déployer le plan de contenu pour les réseaux sociaux
- Lancer un bulletin d'information externe
- Développer le nouveau site Internet

UNESCO-Community

Q3

Plan de communication Brasseurs Belges (3)

- Entretien notre présence sur les réseaux sociaux
- Lancer un bulletin d'information externe
- Développer le nouveau site Internet

Q4

Plan de communication Brasseurs Belges (4)

- Entretien notre présence sur les réseaux sociaux
- Lancer un bulletin d'information externe
- Lancer le nouveau site Internet

Wie rijdt, drinkt niet

BOB

It's my life

BOB beschermt levens

CAMPAGNES 2023

CAMPAGNE D'IMAGE

Avec le VLAM, nous nous engageons dans une nouvelle campagne pour que les Belges soient à nouveau réellement fiers de la bière belge. La diversité est centrale. Diversité des personnes, mais aussi des goûts, des styles... Ainsi, nous essayons d'associer chaque Belge à une bière spécifique. Le lancement est prévu pour le 2ème trimestre de 2023.

DE BOB À ACT BOB

En collaboration avec Assuralia, l'institut Vias, Bruxelles Mobilité, les Régions, Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV), l'Agence wallonne pour la Sécurité routière (AWSR) et la police locale et fédérale, l'asbl Brasseurs Belges continue à s'engager à réduire le nombre de victimes de l'alcool au volant.

Après 27 ans et de nombreuses campagnes réussies, les différents partenaires ont convenu de la nécessité de réfléchir à un 'BOB 2.0' qui répondrait aux nouveaux défis de la société et auquel chacun pourrait s'identifier à nouveau. Cet exercice de réflexion a débouché sur une stratégie « ACT BOB » qui sera déployée dans les prochains mois. 'BOB' aura une présence plus active et ne se concentrera plus sur 2 campagnes par an. Nous travaillons également à la mise en place d'une nouvelle structure organisationnelle avec différents partenariats pour renforcer la marque.



5. CENTRE DE CONNAISSANCES

Le dernier pilier de l'opération de renouvellement de la fédération est le développement d'un centre de connaissances avec e.a. une plateforme pour les statistiques. Nous voulons créer un HUB central où nous pourrions regrouper toutes les informations sur le secteur avec les chiffres les plus récents. Ainsi, nous augmentons notre crédibilité vis-à-vis de toutes nos parties prenantes et serons bien préparés pour participer au débat (public).

Outre le déploiement à grande échelle de notre nouvelle plateforme de transmission des chiffres de production, nous examinons cette année encore comment nous pouvons prendre des mesures à court terme pour améliorer le fonctionnement dans ce domaine. Nous envisageons par exemple de collaborer avec des universités et de mener des études supplémentaires.

Le bulletin d'information interne, qui contient de nombreuses informations sur des sujets liés au secteur, sera à nouveau transmis mensuellement en 2023. En outre, nous entreprendrons des actions pour lancer également une lettre d'information externe en 2023.

Enfin, plusieurs événements sont prévus cette année pour promouvoir la bière belge. Nous vous en donnons un aperçu à la page suivante. En 2023, nous lançons aussi une série d'événements à la Maison des Brasseurs sous le nom de « Belgian Brewers Meet & Greet ». Le premier événement portera, entre autres, sur la durabilité et la sécurité alimentaire.

6. DEVENIR MEMBRE



Une brasserie qui souhaite devenir membre de Belgian Brewers doit remplir un formulaire de demande. Ce formulaire peut être demandé en envoyant un courriel à info@belgianbrewers.be. Tous les membres doivent avoir leur siège social en Belgique et doivent représenter l'industrie brassicole, c'est-à-dire être inscrits auprès de l'Administration des Douanes et Accises en qualité de fabricant, ce qui implique de disposer d'une cuve de brassage en Belgique.

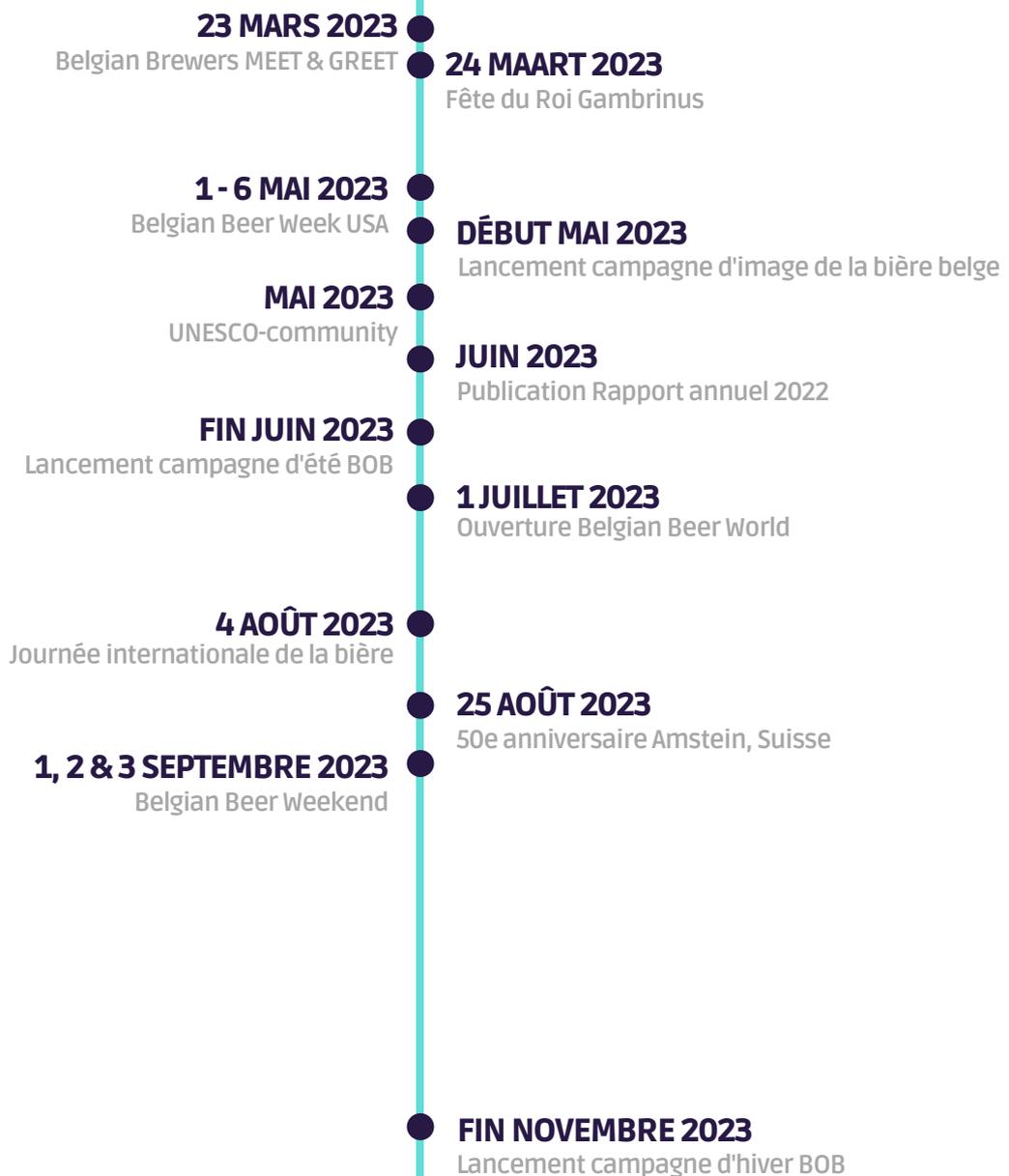
L'Association a des **membres effectifs** qui disposent de tous les droits, avec une production annuelle minimale de 1.000 HL, et des **membres adhérents** dont la production est inférieure. Ces derniers peuvent bénéficier de toutes les activités de l'Association et ont les mêmes droits que les membres effectifs, seulement ils n'ont pas le droit de vote à l'Assemblée générale.

Des droits pour nos membres:

- Un service individuel (limité) pour les questions et les conseils.
- La possibilité de participer aux commissions et groupes de travail de l'association.
- Invitation aux réunions d'information de l'association.
- Recevoir le Guide d'autocontrôle (sécurité alimentaire).
- Recevoir le bulletin d'information numérique de l'association "Upd@te" et d'autres informations régulières.
- Avoir la possibilité de participer au Belgian Beer Weekend.
- Obtenir des réductions pour la location de salle dans la Maison des Brasseurs

Pour plus d'informations, vous pouvez toujours envoyer un courriel à info@belgianbrewers.be.

7. LIGNE DU TEMPS 2023*



*sous réserve de l'actualité



asbl Brasseurs Belges

Maison des Brasseurs

Grand'Place 10

B-1000 Bruxelles

T. +32 (0)2 511 49 87

info@belgianbrewers.be

www.belgianbrewers.be

TVA BE0552 705 208 - RPM Bruxelles