



FIER  **OP ONS BIER**



**BELGISCHE
BROUWERS**

WWW.BELGIANBREWERS.BE

20 JAAR
22 RAPPORT

INHOUD >

01

VOORWOORD
03

02

ECONOMIE
04

03

**BELGISCHE
BIERCULTUUR**

06

Traditie en innovatie

07

Ridderschap van de Roerstok

08

Belgian Beer Weekend

10

Belgian Beer Weekends Japan

11

Bierwedstrijden

14

In the picture:
nieuwe leden aan het woord

16

04

**BIER &
MAATSCHAPPIJ**

20

Convenant inzake gedrag
en reclame met betrekking
tot alcoholhoudende dranken

21

BOB

23

Solidariteit

25

05

DUURZAAMHEID

26

Duurzaam ondernemen

26

Grondstoffen

28

Green Deal Brouwers

31

Verpakkingen

35

Zwerfvuil

37

06

WETGEVING

39

Nieuwe Europese
Groepsvrijstellingsverordening

39

COVID-addendum bij
de Gedragscode

40

Evaluatie van
de Gedragscode

41

07

INFOGRAFIEKEN

44

08

TABELLEN EN CIJFERS

51

09

**BROUWERIJEN
LEDENLIJST**

57

01 > VOORWOORD

We hebben het genoeg u ons jaarverslag 2022 voor te stellen.

Op het moment dat we bij de start van 2022 dachten opnieuw (*letterlijk en figuurlijk*) opgelucht te kunnen ademhalen en de horeca stilaan volledig heropende, hadden we niet kunnen voorspellen door een andere zware crisis getroffen te worden, namelijk de oorlog in Oekraïne. Deze leidde tot stijgende energieprijzen, tekorten aan CO₂, een inflatie van allerhande grondstofprijzen en beperkte beschikbaarheid van verpakkingsmaterialen... Opnieuw grote uitdagingen waar we als sector onze veerkracht hebben moeten tonen en oplossingen hebben gezocht.

En ... met succes. Wanneer we een blik werpen op de cijfers van het afgelopen jaar, kunnen we vaststellen dat we op weg zijn om uit het diepe coronadal te klimmen. We hebben in 2022 nagenoeg het consumptieniveau van 2019 bereikt, er blijft een

verschil van iets meer dan 100.000 hl of 2%. Het verlies is groter in de horeca (-5,8% t.o.v. 2019) dan in de retail waar we ongeveer 1% hoger zitten dan in 2019, maar ook dat zijn duidelijke naweën van de covidcrisis. Wat export betreft wordt de daling van 2021 opnieuw bevestigd. Een belangrijke verklaring hiervoor situeert zich in de duurzaamheidslogica van een aantal brouwerijen die steeds vaker lokaal gaan produceren. De verkoop van alcoholvrije bieren en bieren met een laag alcoholgehalte daarentegen blijft zich verder ontwikkelen, vooral het aanbod is opmerkelijk toegenomen.

Ook in 2022 waren we ons bewust van onze maatschappelijke verantwoordelijkheden. Bier is een licht alcoholhoudende drank waar op een verantwoorde en gematigde manier dient mee omgegaan te worden. Onze aandacht is dan ook blijven uitgaan naar de problematiek van alcoholmisbruik op vlak van gezondheid en de impact ervan op de samenleving. Ook heeft de BOB-bewustmakingscampagne uitstekende resultaten opgeleverd voor wat alcohol in het verkeer betreft. Op vlak van duurzaamheid en milieubewustzijn ontplooiden er zich ook allerhande initiatieven.

De Belgische brouwers zijn hoopvol voor de toekomst. Belgisch bier is een sterk ingeburgerd merk dat staat voor kwaliteit, diversiteit, passie en vakmanschap. Belgisch bier is uniek en het brengt al eeuwen mensen samen. De door Unesco erkende Belgische biercultuur zal blijven leven en zich verder ontwikkelen. Onze passie, creativiteit en knowhow zullen de sector in staat stellen toekomstige uitdagingen blijven aan te gaan.

We zijn dan ook trots op onze Belgische bieren.

Proost en veel leesplezier!

Bernard Deryckere

Voorzitter
op behalf of Lighthouse BD

Krishan Maudgal

Directeur
op behalf of Maudgal Int BV

02 > ECONOMIE

De onzekerheid rond de oorlog in Oekraïne weegt op het vertrouwen van de consument en dus ook op onze brouwerijen.

Dat conflict leidde opnieuw tot een economisch klimaat met fors gestegen energieprijzen, inflatie van grondstofprijzen, tekorten aan CO₂, verstoringen in de voorraadketens van verpakkingsmaterialen, kortom zaken die allemaal wegen op de economische activiteit van de brouwerijen.

Daarbij komt dan nog dat o.a. als gevolg van de stijging van de grondstof- en energieprijzen, we door de automatische loonindexering een uitzonderlijke stijging van de loonkosten zagen, wat op zijn beurt opnieuw de inflatie aanwakkert. Dit brengt onze concurrentiepositie sterk in gevaar. De Nationale Bank van België (NBB) benadrukte die alarmerende vaststelling en wees op een stijging van de loonkosten met 13% in drie jaar tijd, ten belope van zo'n 20 miljard euro.

Ook de Belgische brouwers bleven hiervan niet gespaard.

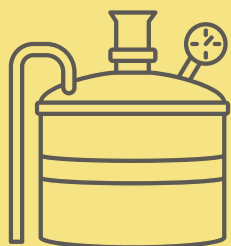
In 2022 openden er in België 32 nieuwe (artisanale) brouwerijen de deuren, terwijl een tiental brouwers de deuren sloten, wat het totaal aantal brouwerijen in België op 430 brengt. Bijna een verdubbeling in zeven jaar, ondanks Covid, de energiecrisis ...

Deze groei past in de vraag naar ambachtelijke en lokale producten.

Wat de verkoop betreft hebben we globaal bijna het niveau van 2019 terug bereikt, de horeca doet het nog wat slechter (-5,8%) terwijl de verkoop in de retail ongeveer 1% hoger ligt. Wat export betreft zet de daling van 2021 zich door (-5,5%), terwijl de uitvoer

in Europa nog toeneemt (+3%) daalt deze extra EU met meer dan 30%. Dit komt mede door de duurzaamheidslogica van grote brouwerijen die voor verre exportlanden vaker lokaal gaan produceren (zie ook in hoofdstuk duurzaamheid). De verkoop van alcoholvrije en -arme bieren bleef op peil.

De bijdrage van de Belgische brouwerijsector aan de Belgische economie blijft echter in 2022 ook nog significant, zoals blijkt uit volgende cijfers:



AANTAL
BROUWERIJEN

430



VERPAKKINGSHEFFING
OP NIET-HERBRUIKBARE
VERPAKKINGEN

22.533.955 €



ACCIJNS OP BIER

191.298.619 €



WERKGELEGENHEID
DIRECT (enkel brouwerijen)

6.866



VERPAKKINGSHEFFING
OP HERBRUIKBARE
VERPAKKINGEN

4.437.053 €



TOTALE FISCALITEIT
sociale lasten en andere
belastingen inbegrepen

± 700.000.000 €



WERKGELEGENHEID
INDIRECT

50.000

03 BELGISCHE BIERCULTUUR

Vandaag is de Belgische biercultuur levendiger en diverser dan ooit. Ons land telt 430 brouwerijen die meer dan 1.600 verschillende biermerken op de markt brengen.

TRADITIE EN INNOVATIE

Belgisch bier brengt mensen samen. Sinds de middeleeuwen staat bier symbool voor gezellig samen zijn en ook nu is bier nog steeds een verbindend element in onze samenleving. Generatie op generatie hebben de brouwers hun recepten verfijnd, wat heeft geleid tot de grote diversiteit aan bieren die de Belgische biercultuur, die door UNESCO in 2016 als immaterieel cultureel erfgoed werd erkend, tot leven brengt.

Vandaag is de Belgische biercultuur levendiger en diverser dan ooit. Ons land telt 430 brouwerijen die meer dan 1.600 verschillende biermerken op de markt brengen.

Die diversiteit in stijl, smaak, geur en kleur neemt jaar na jaar toe hetgeen ertoe geleid heeft dat er de afgelopen jaren een gestage evolutie is gekomen in de manier waarop de bierliefhebber bier beleeft. Men gaat nu vaker op zoek naar een verhaal achter een bier, naar een smaak- en karaktervol bier in een passend bierglas ... een ontdekkingsreis.

Speciaalbieren worden gedegusteerd en ook alcoholvrije of -arme bieren worden daarbij steeds vaker geconsumeerd. Consumenten gaan steeds meer bewust met alcohol om en passen hun consumptiegedrag eraan aan. Alcoholvrij bier is een zeer goed alternatief voor wanneer men geen alcohol wil of kan drinken.

We kunnen stellen dat de Belgische biercultuur historisch verankerd is in onze samenleving en deel uitmaakt van het DNA van de Belgen. De waardering van de biercultuur wordt niet alleen doorgegeven op café, op restaurant of thuis. De opkomst van de vele belevingscentra in de brouwerijen, de biermusea, alsook de bierfestivals en -weekends en de opening van Belgian Beer World in het Brusselse beursgebouw in 2023, zorgen samen voor een nog sterkere verankering.

Belgische brouwers kunnen vertrouwen op hun unieke bierstijlen en streven nog steeds naar de perfecte balans in het glas. Dat evenwicht is hét handelsmerk van onze Belgische biercultuur.

Daarnaast zijn hedendaagse brouwers ook innovatief en gaan ze voor nieuwe uitdagingen, klassieke en traditionele recepten worden aangepast naar de huidige tijdsgeest. Belgisch bier leeft!



RIDDERSCHAP VAN DE ROERSTOK DER BROUWERS

Intronisatie Prinses Astrid tijdens het Belgian Beer Weekend in Tokyo, Japan

De biercultuur in België is in 2016 opgenomen in de UNESCO-lijst van Immaterieel Cultureel Erfgoed. Deze rijke en unieke traditie wordt ook hoe langer hoe meer gewaardeerd over de landsgrenzen, meer dan 70% van de Belgische bierproductie wordt jaarlijks uitgevoerd over de hele wereld. Na de moeilijke voorbije jaren, is het belangrijk om een duidelijk statement te maken dat de biercultuur in België nog springlevend is.

In Japan vond naar jaarlijkse gewoonte het Belgian Beer Weekend plaats in Tokyo. De Prinselijke missie Japan o.l.v. H.K.H. Prinses Astrid deed dit jaar het Belgian Beer Weekend aan. Daar werd H.K.H. Prinses Astrid ter gelegenheid van de plechtige openingsceremonie geïntoniseerd als Ere-Grootmeester in de Ridderschap van de Roerstok der Brouwers.

Een 10-tal brouwers waren mee afgereisd, en hebben er belangrijke contacten gelegd en nieuwe overeenkomsten ondertekend om de continuïteit van hun aanwezigheid op de Japanse markt de komende jaren verder te kunnen uitbouwen.

Verder bouwen aan de biercategorie en het merk Belgisch bier in binnen- en buitenland zal onze focus zijn de komende jaren. We moeten behouden en versterken wat goed is: onze unieke biercultuur, die al eeuwen mensen samenbrengt.



INTERVIEW



JONGE RIDDERSCHAP

- Céline Lefebvre & Charlotte De Cock

Hechte vriendschapsbanden smeden in de Jonge Ridderschap

Met een honderdtal leden, waarvan telkens zowat de helft aanwezig is op bijeenkomsten, legt de Jonge Ridderschap van de Roerstok der Brouwers de basis voor hechte vriendschapsbanden in de nieuwe generaties brouwers.

Na enkele minder actieve jaren heeft de Jonge Ridderschap van de Roerstok der Brouwers in 2021-2022 een nieuwe dynamiek gevonden onder impuls van oud-voorzitters Bart Durllet

en Céline Lefebvre en huidig voorzitter Charlotte De Cock. Er werden dan ook aardig wat nieuwe leden, jonger dan 40 jaar, verwelkomd en geïntroniseerd door de Ridderschap van de Roerstok der Brouwers.

“Die intronisaties gebeuren vaak bij kleinere brouwerijen. Doch of het nu kleine of grote brouwerijen zijn, maakt geen verschil, we worden overal even hartelijk verwelkomd”, zegt Céline. “We streven naar een drietal activiteiten per jaar en vragen ook dat onze leden daarvoor tijd vrij maken. En, dat lukt aardig want telkens is zowat de helft van de goed honderd leden aanwezig.

Het zijn geen vergaderingen maar bezoeken aan bijvoorbeeld Brasserie de la Senne en tapkranenspecialist Antoine in Brussel, waar we een spoedcursus tappen hebben gekregen. Een bezoek aan Batteliek in Mechelen hebben we gecombineerd met een partijtje curling op een nabijgelegen ijspiste. Het moet dus niet altijd even ernstig zijn”.

UNIEKE ONDERLINGE VERBONDENHEID

“We willen een hechte familieband kweken”, vult Charlotte aan. “Daarvoor zijn die meer losse activiteiten geknipt. In het najaar van 2023 trekken we op weekend naar Dublin. Tijdens

zo’n activiteiten leer je mekaar beter kennen. We sporen mekaar dan ook intensief aan om deel te nemen aan de activiteiten. Wanneer ik vergelijk met andere bedrijfssectoren vormen we, als brouwers, een unieke groep met een sterke onderlinge interactie.”

“Klopt”, vervolgt Céline, “die onderlinge contacten zijn heel belangrijk. Wanneer we, in onze brouwerij, een probleem ervaren kan ik gerust een collega telefoneren en er met hem of haar over praten. Die samenhang en onderlinge verbondenheid zijn echt van onschatbare waarde”.



STEM VAN JONGE BROUWERS LATEN WEERKLINKEN

“Met de Jonge Ridderschap geven wij aan kleine en jonge brouwers het signaal dat zij welkom zijn bij de Belgische Brouwers en dat wij ook hun stem willen laten weerklinken”, beklemtoont Charlotte De Cock nog. “Uiteindelijk kijken wij allemaal aan tegen dezelfde problemen. Voor jonge brouwers is het heel belangrijk dat je bij collega’s terecht kan voor oprecht advies. Wij weten echt wat wij aan mekaar hebben. De voorbije jaren is de Belgische brouwerswereld enorm veranderd en als Jonge Ridderschap én Belgische Brouwers moeten wij daar ook oog voor hebben”.



BELGIAN BEER WEEKEND

De 22^{ste} editie van het Belgian Beer Weekend stond in het teken van de dynamiek en veerkracht van onze Belgische brouwers.

Van 2 tot 4 september werd de prachtige Brusselse Grote Markt integraal gevuld met bier uit eigen land; meer dan 50 brouwerijen lieten bezoekers uit binnen- en buitenland kennis maken met zo'n 500 bekende en minder bekende bieren geserveerd in degustatieglasjes van 15 of 20 cl.

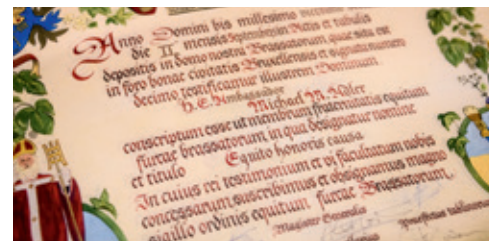
In de schaduw van het UNESCO-werelderfgoed van de Grote Markt kwamen een recordaantal van niet minder dan

61 000 bezoekers van over heel de wereld proeven van een unieke verscheidenheid aan smaken. Van een zomers witbier, een unieke geuze, een authentiek abdijbier, een complex bruin of een verrassend fruitbier,...

De festiviteiten begonnen op vrijdagmiddag. De patroonheilige der brouwers, Sint Arnoldus, werd gehuldigd met een viering in de St-Michiels- en St-Goedele-kathedraal. Daarna volgde een academische zitting in de Gotische zaal van het Brusselse stadhuis. Hier werden, naar gewoonte, enkele nieuwe Ere-Ridders opgenomen in het genootschap. Het gaat om mensen die zich op de één of andere manier verdienstelijk hebben gemaakt voor de brouwerijsector.

De officiële opening op de Grote Markt vond plaats in de aanwezigheid van Eerste Minister Alexander De Croo, Vice-eersteministers David Clarinval en Vincent Van Peteghem, Amerikaans Ambassadeur Michael M. Adler en Burgemeester van Brussel Philippe Close.

Gedurende het hele weekend werd er ook leuke randanimatie rond bier voorzien. Op zaterdagmiddag heerste een nostalgische sfeer met de kleurrijke optocht van historische brouwerijkarren en bierwagens van de Nieuwe Graanmarkt naar de Grote Markt. Op zondag kwamen de confrérieën aan bod. Een weekend waar de Belgische biercultuur opnieuw beleefd kan worden.





Traditioneel begonnen de evenementen tijdens de "Golden Week"-vakantie in mei in Nagoya, goed voor 49.000 bezoekers gedurende een periode van 11 dagen. Vervolgens werden de Belgian Beer Weekends in de tweede helft van mei gehouden in Osaka en Yokohama, respectievelijk goed voor 11.000 en 23.000 bezoekers.

In de zomer vond het evenement plaats in Hibiya Park, in het hart van Tokyo, waar ongeveer 20.000 bezoekers bijeenkwamen. Half september werd het evenement dan gehouden in Toyosu in de baai van Tokyo, waarop ongeveer 10.000 bezoekers afkwamen.

Met een opmerkelijke opkomst van 121.000 bezoekers, zelfs in uitdagende covidtijden in 2022, blijven de Belgian Beer Weekends in Japan een grote schare bierliefhebbers fascineren. Wat begon als een klein evenement van 3 dagen in 2010 is uitgegroeid tot één van de meest toonaangevende outdoor activiteiten in Japan met meer dan 1,4 miljoen bezoekers over alle edities heen! Een bewijs van zijn blijvende populariteit.



BELGIAN BEER WEEKENDS JAPAN

In Japan bestaat er een lange traditie van Belgisch bier en het land vormt dan ook een belangrijke afzetmarkt. Al meer dan 10 jaar worden er jaarlijks meerdere Belgian Beer Weekends georganiseerd.

Ondanks de aanhoudende aanwezigheid van COVID-19 in Japan, maakten de Belgian Beer Weekends in 2022 een comeback, hoewel er nog steeds strenge corona-veiligheidsmaatregelen van kracht waren. Gedurende 45 dagen, verspreid over 6 steden, werden in totaal 160 bieren van 47 brouwerijen aangeboden.



6 steden



45 dagen



121.000 bezoekers



Grote finale in Shinjuku in aanwezigheid van H.K.H. Prinses Astrid

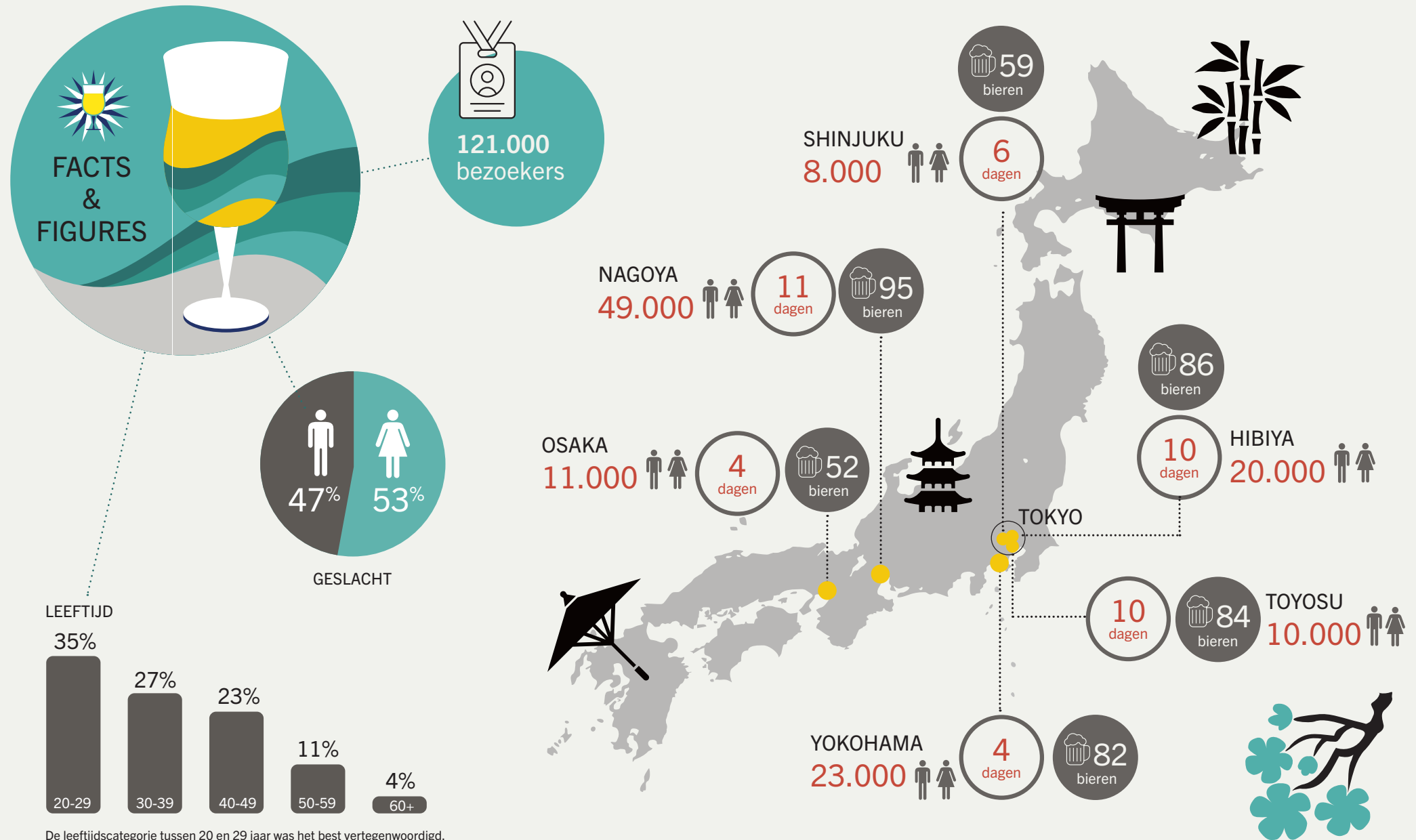
De grote finale vond plaats in december in Shinjuku, waar het Belgian Beer Weekend een voornamelijk gast ontving, H.K.H. Prinses Astrid van België, vergezeld van een grote zakelijke delegatie.

H.K.H. Prinses Astrid werd geïntoniseerd als Ere-Grootmeester in de Ridderschap van de Roerstok der Brouwers, samen met nog vier nieuwe Ere-Ridders.

Er wordt vol ongeduld uitgekeken naar het einde van alle covidbeperkingen, zodat het Belgian Beer Weekend een nieuwe impuls zal krijgen en een nog levendiger en opwindender ervaring zal bieden aan de liefhebbers van Belgisch bier in Japan.



BELGIAN BEER WEEKENDS IN JAPAN



BIERWEDSTRIJDEN

Ook in 2022 waren er opnieuw talrijke initiatieven die onze Belgische biercultuur in de schijnwerpers plaatsten. Onze Belgische brouwerijen namen met hun bieren succesvol deel aan de vele nationale en internationale wedstrijden. We mogen nog steeds terecht 'Fier op ons Bier' zijn.

Hieronder vindt u een niet-exhaustief overzicht.



World Beer Awards 2022 – Verenigd Koninkrijk

De World Beer Awards is een jaarlijkse internationale competitie waarbij de beste bieren ter wereld bekroond worden en zo ook gepromoot worden bij consumenten en handelaars over de hele wereld.

De onderscheidingen worden uitgereikt aan de allerbeste bieren uit een selectie van alle internationaal erkende stijlen zoals Dark Beer, Flavoured, IPA, Lager, No & Low Alcohol, Pale Beer, Sour & Wild Beer, Speciality Beer, Stout & Porter en Wheat Beer.

Zoals andere jaren hebben verschillende Belgische bieren zich onderscheiden, vooral als "Country Winner" in hun categorie zoals World's Best Dark Beer Strong, World's Best Pale Belgian Style Ale, World's Best Pale Belgian Style Triple...

 Alle resultaten kan u terugvinden via **World Beer Awards**



International Beer Challenge 2022 – Verenigd Koninkrijk

Sinds 1997 geldt de IBC als één van 's werelds meest gerenommeerde bierwedstrijden en brouwerijen kijken elk jaar vol spanning uit naar de uitslagen.


Het doel van de IBC is om uitstekende bieren uit de hele wereld te belonen en te promoten en de brouwers een platform te bieden om hun bieren aan de handel en aan de consument voor te stellen.

Met de steeds groeiende interesse in de biercategorie, hebben ze meer dan 80 verschillende categorieën samengesteld om de diversiteit in het hedendaagse brouwen te weerspiegelen, maar ook de meer traditionele biercategorieën komen aan bod. In totaal hebben 82 verschillende stijlen bier aan de IBC van dit jaar deelgenomen. Met inzendingen uit 31 landen werden er dit jaar 61 gouden medailles toegekend.

Deelname aan de IBC heeft een aantal belangrijke voordelen. Het is een erkenning van het vakmanschap van de brouwer en een internationaal erkend symbool van kwaliteit, dat vaak op bieretiketten wordt vermeld. Drankenlijsten promoten IBC-prijswinnaars rechtstreeks bij de consument en kunnen hun aankoopbeslissing beïnvloeden en bijgevolg het profiel, het prestige en de verkoop van de merken van de brouwers verhogen.

De jury bestaat uit sommige van de meest vooraanstaande deskundigen van Groot-Brittannië aangevuld met een paar juryleden van het vasteland zodat de verschillende smaakvoorkeuren het best vertegenwoordigd worden. De juryleden oordelen over elk bier individueel en houden hiervoor rekening met het uiterlijk, de aroma's en de smaak.

Ook hier vielen enkele Belgische bieren in de prijzen.

 Voor alle resultaten:
International Beer Challenge



European Beer Star 2022 #EBS2022 – München, Duitsland

Deze wedstrijd, georganiseerd door de vereniging 'Private Brauereien', bestaat al sinds 2004 en staat bekend als één van de belangrijkste biercompetities ter wereld.

2.168 bieren uit 32 landen namen deel aan deze 19^{de} editie van de European Beer Star. De prijzen worden toegekend aan bieren van hoge kwaliteit, die écht en karaktervol zijn. Er wordt overwegend aandacht besteed aan biersoorten die hun oorsprong in Europa hebben en dit jaar kwamen de medaillewinnaars uit 21 verschillende landen. Bieren opgedeeld in 73 categorieën en objectieve jureringscriteria zoals uiterlijk, schuim, geur, smaak en karakteristieke kenmerken van de variëteit werden gehanteerd wat voor transparantie en correctheid van het evaluatieproces zorgde. De prijzen werden uitgereikt tijdens een glamoureuze prijsuitreiking op 14 september op Drinktec in München.

Niet minder dan 14 bieren van onze Belgische brouwerijen werden bekroond met zowel gouden, zilveren als bronzen medailles.

 Voor het volledige palmares, kijk op **EBS Gewinner 2022**



Brussels Beer Challenge 2022 – Eupen


De Brussels Beer Challenge werd in 2012 door Becomev (Beer Communications & Events) onder leiding van Luc De Raedemaeker en Thomas Costenoble opgericht als antwoord op de groeiende interesse in de Belgische biercultuur.

Het was de eerste professionele bierwedstrijd in België en ze groeide intussen uit tot één van de belangrijkste en meest prestigieuze wedstrijden ter wereld.

Deze bierwedstrijd is een unieke kans voor alle bierproducenten om zich te meten met de beste internationale en Belgische brouwers.

De 11^{de} editie van de Brussels Beer Challenge vond plaats in Eupen, een prachtige stad met een rijk cultureel leven, talrijke historische monumenten, kortom de ideale gaststad.

Dit jaar namen meer dan 1.800 bieren deel uit alle hoeken van de wereld, onderverdeeld in categorieën op basis van hun herkomst, specificiteit en stijl. Gedurende drie dagen werden ze blind geproefd door een jury van 85 internationaal gereputeerde bierkenners. Op het einde van de drie degustatiedagen werden de beste bieren in elke categorie beloond met een gouden, zilveren of bronzen award.

 De resultaten kan u hier terugvinden:
Brussels Beer Challenge



European Beer Challenge 2022 – Londen, Verenigd Koninkrijk

De European Beer Challenge brengt Europa's toonaangevende bierinkopers en topbieren van over de hele wereld samen en wordt jaarlijks gehouden in Londen. De jury onderwerpt elke inzending aan een strenge blinde proeverij waardoor nieuwkomers het eerlijk kunnen opnemen tegen 's werelds toonaangevende merken.

Deelname aan de European Beer Challenge™ staat open voor brouwers uit de hele wereld. De beoordeling gebeurt door Europa's belangrijkste bierinkopers en biedt merken en producenten de kans om hun producten te tonen aan belangrijke influencers in de biermarkt; dus hier winnen is een uitstekende manier voor brouwerijen en merken die in het VK en de EU vertegenwoordigd willen zijn. Ze kunnen zo belangrijke contacten leggen om hun verkoop en merkbekendheid te vergroten.

Talrijke Belgische bieren werden bekroond met een medaille.

 Een overzicht van de medaillewinnaars kan u terugvinden op **European Beer Challenge 2022: European Beer Challenge**



IN THE PICTURE

NIEUWE LEDEN AAN HET WOORD

Grimbergen Abbey Brewery

MICRO-BROUWERIJ VAN ERKEND
BELGISCH ABDIJBIER

Voor Grimbergen Abbey Brewery was het evident om als Erkend Belgisch Abdijbier lid te worden van de Belgische Brouwers. Weliswaar gesteund door Carlsberg is de micro-brouwerij in de Norbertijner-abdij immers een volwaardige Belgische brouwerij.

Met de opening van de Grimbergen-abdijbrouwerij ging voor de Norbertijnen een jarenlange droom in vervulling. Na de vernieling van de brouwerij tijdens de Franse Revolutie zorgde Carlsberg – dat eigenaar is van het merk Grimbergen – ervoor dat er na meer dan twee eeuwen opnieuw kon worden gebrouwen. Gelijktijdig werd de abdijtuin heringericht met onder andere een klein hopveld en een uitgebreide tuin met kruiden die in bier werden en worden gebruikt. Tijdens graafwerken werd een oude waterput met



Grimbergen Abbey Brewery
www.grimbergen.com

◦ 2021

Bieren: Grimbergen Magnum Opus Brut, Grimbergen Ignis Quadruple, Grimbergen Astrum Pale Ale, ...

drainagekanaal blootgelegd en werden ook resten van ossenbeenderen gevonden aan de hand waarvan het labo in Kopenhagen de gistsoort kon traceren die tot voor de Franse Revolutie werd gebruikt.



TOT 10.000 HL PER JAAR

“Met een beschikbare jaarcapaciteit van 10.000 hl is het een behoorlijk grote microbrouwerij”, geeft Cédric Lebbe aan. “Het project werd uitgevoerd in goede verstandhouding met Alken-Maes (Heineken) dat de Grimbergen-bieren voor de Belgische markt brouwt en verkoopt. In de Grimbergen-abdijbrouwerij maken wij tot nog toe drie vaste bieren die verschillen van de algemeen verspreide Grimbergen-bieren. Daar bovenop komt nog een bier dat wij exclusief brouwen voor het Fenikshof, dat eveneens tot de abdijsite behoort. Omdat pater-brouwer Karel Stautemas ook een Bordeaux- en Bourgogne-kenner is en aardig wat wijnhuizen kent, hebben wij regelmatig ‘limited editions’ van ‘barrel aged’-bieren. De bieren die op de abdijsite worden gebrouwen, worden verdeeld, zo’n 30% wordt in België verkocht, 70% wordt uitgevoerd, hoofdzakelijk naar Frankrijk”.



SNEL EN GOED GEÏNFORMEERD

“Voor ons was het evident om lid te worden van Belgische Brouwers, ook al omdat Grimbergen een Erkend Belgisch Abdijbier is. Hoewel gesteund door Carlsberg zijn wij een volledig Belgische brouwerij en moeten wij ons ook schikken naar de Belgische regelgeving”, licht Cedric Lebbe toe. “Voor praktische zaken zoals de autocontrolelids en allerlei nieuws is Belgische Brouwers een goede bron van informatie”.





IN THE PICTURE

NIEUWE LEDEN AAN HET WOORD

Brouwerij De Bie

BELGISCHE BROUWERS IS VISITEKAARTJE
DAT DEUREN OPENT

Na aardig wat investeringen in een nieuwe brouwinstallatie, tanks en randapparatuur is brouwerij De Bie uit Dentergem-Wakken lid geworden van Belgische Brouwers omdat het een visitekaartje is dat sowieso nieuwe deuren opent.

Brouwerij De Bie startte in 1992 in Watou en was toen één van de kleinste brouwerijtjes in Vlaanderen. De naam van de brouwerij en van de bieren, waarin telkens 'bie' voorkomt, verwijst naar de toenmalige eigenaar die ook imker was. Zatte Bie, Hellekapelle en Helleketelbier werden verkocht in plastic zakjes en konden worden geproefd in herberg d'Hellekapelle naast de brouwerij. In 1998 nam Jos Tjoen de brouwerij over en omdat de locatie te



Brouwerij De Bie
www.brouwerijdebie.be

• 1992/1998

Bieren: Zatte Bie, Hellekapelle, Helleketelbier, De Bie Vélo, Riebedebie, ...



klein was, verhuisde hij naar de grotere, gelijknamige, herberg d'Hellekapelle in Loker-Dranouter waar een volwaardige brouwinstallatie van 20 hl werd geplaatst.

DRAF VOOR LIMOUSIN-RUNDEREN

“Ondertussen hadden mijn ouders een te renoveren hoeve gekocht in Dentergem. Omdat verdere uitbreiding in Dranouter onmogelijk was, hebben wij de brouwerij verhuisd naar die hoeve”, vertelt zoon Nicolas Tjoen. “Enerzijds was er meer ruimte beschikbaar en konden wij onze Limousin-runderen rondom de hoeve laten grazen en ter plaatse voederen met draf. Anderzijds was het een mooie locatie langsheen de Leie en was het ook meer centraal en dicht bij de regio Gent gelegen. Bovendien konden wij in de hoeve een ontmoetingsruimte voor bezoekers creëren en konden wij er ook een slagerij openen met vlees van onze Limousin-runderen. Op kleine schaal telen wij rondom de hoeve ook gerst, tarwe en hop maar de opbrengst daarvan is te beperkt voor de brouwerij”.

“De voorbije twee jaar was de brouwactiviteit beperkter omdat wij diverse werken hebben

uitgevoerd om er vanaf 2023 opnieuw voluit voor te gaan. Zo hebben wij een nieuwe brouwerij van 60 hl geplaatst, werden zes bijkomende gist- en lagertanks van 60 hl geplaatst waardoor wij nu beschikken over tien tanks. Ook hebben wij een pasteurisator, een centrifuge en een etiketteermachine aangekocht”.

SAMENHORIGHEIDSGEVOEL ONDERSTEUNEN

Inmiddels maakt brouwerij De Bie ook deel uit van Belgische Brouwers. *“Wij ondersteunen daarmee ook het samenhorigheidsgevoel dat in de sector leeft. Je staat niet meer alleen, je bent samen met een federatie die jou verdedigt in heel wat dossiers”, geeft Nicolas Tjoen aan. “Het lidmaatschap van Belgische Brouwers is een visitekaartje dat toont dat je erbij hoort, dat je een volwaardige brouwerij bent. Het is ook een gelegenheid om collega's te ontmoeten of om deel te nemen aan bijvoorbeeld een reis naar de Verenigde Staten om aldaar Belgisch bier in de kijker te plaatsen en mogelijke invoerders te ontmoeten. Er gaan voor ons sowieso nieuwe deuren open dankzij het lidmaatschap”, besluit Nicolas Tjoen.*



IN THE PICTURE

NIEUWE LEDEN AAN HET WOORD

Terrest Brewery

VADER EN DOCHTER GAAN VOLUIT VOOR HUN HOEVEBROUWERIJ

In Terrest Brewery in het West-Vlaamse Houthulst gaan vader Johan en dochter Valérie Van der Bauwhede voluit voor de Terrest Gouden Tripel van hun hoevebrouwerij. Voor actuele sector-gebonden informatie en netwerking steunen zij op vzw Belgische Brouwers.

Na wat hobbybrouwsels zette Johan Van der Bauwhede einde 2021 de stap naar Terrest Brewery, genoemd naar de gelijknamige heuvel in Houthulst. Dochter Valérie werd aanvankelijk mee ingeschakeld voor het poetswerk maar geraakte uiteindelijk ook gepassioneerd, volgde een cursus en stapte mee in de brouwerij. “Onze familie heeft altijd zin gehad om te ondernemen. Vanuit dat opzicht hebben wij gekeken naar een manier om ons landbouwbedrijf een



Terrest Brewery
www.terrestbrewery.be

◦ 2021

Bier: Terrest Golden Tripel



nieuwe dynamiek te geven. Inspelend op de groeiende interesse voor de korte keten en streekeigen producten zijn wij gestart met een authentieke hoevebrouwerij”.

EIGEN GERST, TARWE EN HOP

“Wij verbouwen onze gerst en tarwe en telen ook de eigen hop met variëteiten als Magnum en Golding die worden aangevuld met Belgische hop uit Poperinge. Voor ons als hoevebrouwers is het belangrijk dat wij de herkomst van onze grondstoffen kennen en hoe die werden geteeld. Wanneer wij grondstoffen van derden aankopen, willen wij ook de herkomst daarvan kennen en ook weten of zij met eenzelfde visie worden geteeld als wij dat doen”.

“Die herkomst is zeer belangrijk omdat wij ons positioneren als hoeveproduct. Hoewel wij het grootste volume verkopen via drankenhandels en horeca, vind je onze Terrest Gouden Tripel ook terug in hoevewinkels. Die hoevewinkels én de klanten die daar komen kiezen heel bewust voor die hoeveproducten en willen ook de herkomst en het verhaal erachter

kennen. Op dit ogenblik vind je ons bier vooral in West-, Oost-Vlaanderen en Limburg. Wij denken ook aan wat export en aan een nieuw bier en nog enkele andere initiatieven tegen volgend jaar. Alleszins blijven wij een familiaal geleide hoevebrouwerij die inzet op authentieke producten”.

INFORMEREN EN NETWERKEN

“Wij zijn met Belgische Brouwers in contact gekomen voor het opzetten van een autocontrolesysteem, want dat helemaal alleen doen, is geen sinecure”, zegt Valérie Van der Bauwhede. “Wij zijn vrij kort na de oprichting van de brouwerij lid geworden. Je leert er niet alleen collega’s en toeleveringsbedrijven kennen, maar je wordt ook voortdurend op de hoogte gehouden van nieuwe regelgeving en ontwikkelingen in de sector. Door goed geïnformeerd te zijn, blijf je ook altijd een stapje voor. Bovendien geeft Belgische Brouwers betrouwbare informatie en kan je met al je vragen bij hen terecht. Het is fijn om te ervaren hoe men in de brouwerswereld elkaar probeert te helpen met adviezen, bij problemen. Je ziet dat weinig in andere sectoren, maar ik denk dat bij de brouwers vooral een passie voor bier in het algemeen meespeelt”.





IN THE PICTURE

NIEUWE LEDEN AAN HET WOORD

De Leite

GOED GEÏNFORMEERD DANKZIJ LIDMAATSCHAP BELGISCHE BROUWERS

Met de overname van de Paljas-bieren verwierf brouwerij De Leite uit Oostkamp bekendheid bij een breder publiek. Hoewel Luc Vermeersch al vele jaren actief was als brouwer, ervoer hij het lidmaatschap van Belgische Brouwers snel als een echte meerwaarde.

Geïnspireerd door de creativiteit van de kunstenaarsfamilie van José Vermeersch waartoe hij behoort, gemotiveerd door ambachtelijke hobby's als brood bakken, kaas maken of zalm roken en ondernemend genoeg om zelf een brouwerijtje te starten, begon Luc Vermeersch halfweg jaren negentig met het brouwen van eigen bieren.



De Leite

www.deleite.be

◦ 2008

Bieren: Paljas, Femme Fatale, Bon Homme, Enfant Terrible, Cuvée Oncle Pol, Fils à Papa, ...

“Ik had er veel boeken over gelezen, had ook al veel geëxperimenteerd maar ben uiteindelijk toch een brouwcursus gaan volgen. Op dat ogenblik was ik al tien jaar bezig en had ik al een brouwinstallatie van 5 hl. Toen ik in 2008 met brouwerij De Leite startte, hebben familieleden zich meteen geëngageerd om mee na te denken over originele namen en bijhorende etiketten. Zo is een breed gamma ontstaan van uiteenlopende bieren, waaronder ook een aantal op hout gerijpte bieren en zurige bieren van gemengde gisting. Naast het vaste gamma heb ik mijn ‘ontsnappingsbier’ Fils à Papa waarvan nu al de vijftiende limited edition uit is met telkens een andere receptuur”.



PALJAS OVERGENOMEN

“In 2021 heb ik dan de assets met o.a. merknaam en de receptuur van Paljas overgenomen. Dat is echt complementair gebleken aan onze bestaande bieren, ook al omdat wij met Paljas een jonger publiek aanspreken dat in gezelschap vertoeft, een terrasje wil doen. Onze eigen bieren richten zich meer op de genietier die ook eens een ander bier wil ontdekken. Beide productlijnen vullen mekaar mooi aan en ik ben het nu allemaal wat meer aan het structureren. De brouwerij brengt mij veel geluk en dankzij mijn bieren kan ik ook anderen gelukkig maken”.

SECTOR DIE JE GOED INFORMEERT

Een ontmoeting met Charles Leclef toen die aan zijn ronde van de kleine brouwerijen bezig was, bracht Luc Vermeersch enkele jaren geleden in contact met Belgische Brouwers. *“Ik heb er nog wel een tweetal jaar over nagedacht alvorens lid te worden. In samenwerking heb ik altijd sterk geloofd: zo delen we al regelmatig ervaringen uit in een groepje van kleine brouwers en werkten we samen met Oud Beersel al een paar collaboration brews uit”.*

“Ik ervaar Belgische Brouwers als een meerwaarde, ook voor kleine brouwerijen. Je krijgt heel wat nuttige informatie. Je verneemt bijvoorbeeld als eerste zaken over nieuwe voorschriften of nakende wetsvoorstellen die onze sector raken. Ik prijs mij heel gelukkig deel te kunnen uitmaken van een sector die je zo goed informeert en die je zaken vertelt waarover je anders pas veel later zou horen”, geeft Luc Vermeersch nog mee.

04 > BIER & MAATSCHAPPIJ



Alcoholmisbruik is schadelijk voor de gezondheid en voor onze samenleving, daar bestaat geen twijfel over. Al jarenlang pleiten de Belgische brouwers dan ook voor een gematigde en verantwoorde omgang met hun producten. Overmatig en onverantwoord gebruik gaat in tegen waar Belgisch bier voor staat: kwaliteit, passie en vakmanschap. De verschillende initiatieven die de sector samen met verschillende partners doorheen de jaren op poten zette, zoals BOB of het zelfregulerende kader voor alcoholreclame en sensibiliseringscampagnes, zijn daar het bewijs van.

Niettegenstaande tonen de cijfers aan dat de meerderheid van de gebruikers op een verantwoorde manier omgaat met alcohol. In het kader van een doordacht en effectief gezondheidsbeleid zijn de Belgische brouwers dan ook van mening dat het niet de bedoeling kan zijn om consumenten een fris pintje of een degustatiebier in een gezellige context, onder vrienden, bij familie... te ontzeggen. Als geëngageerde sector blijven de Belgische brouwers constant zoeken naar de juiste balans tussen gezond ondernemerschap en maatschappelijke verantwoordelijkheid.

CONVENANT INZAKE GEDRAG EN RECLAME MET BETREKKING TOT ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN

Het 'Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken' (afgekort Convenant) vormt een belangrijke leidraad om op een correcte, eerlijke en maatschappelijk verantwoorde manier met reclame om te gaan. Als onafhankelijk controleorgaan kijkt de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP) nauw toe op de naleving van het Convenant en geeft ze gehoor aan de klachten van consumenten en organisaties. De Jury is paritair samengesteld uit leden afkomstig uit de burgermaatschappij en uit de reclamesector, zowel in eerste aanleg als in hoger beroep. Sinds 2019 wordt ook een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid uitgenodigd om deel te nemen aan de vergaderingen van de JEP als het om dossiers rond alcoholreclame gaat.

Laat ons even de evaluatie van de toepassing van het Convenant door de JEP voor 2022 van nabij belichten, daarbij een onderscheid makend tussen de adviesaanvragen en de klachten.

Checklist en sensibilisering

Het Communicatie Centrum heeft een checklist opgesteld die de belangrijkste te eerbiedigen regels uit het gewijzigde Convenant op samenvattende wijze weergeeft. Deze werd overgemaakt aan de verschillende actoren binnen de reclamesector (*adverteerders en reclamebureaus die reclamecampagnes ontwikkelen*) teneinde hen te helpen om zo goed mogelijk de bepalingen van het Convenant na te leven.

De Jury en het Centrum nemen bovendien geregeld initiatieven om de sector te informeren en te sensibiliseren rond deze thematiek, bijvoorbeeld in het raam van vormingsactiviteiten of naar aanleiding van de bewustmaking rond de draagwijdte van de geldende regels in publicaties gericht aan de leden van de beroepsverenigingen die partij zijn bij het Convenant.

Adviesaanvragen

Adverteerders, reclamebureaus en media kunnen zowel vóór als na de verspreiding van een reclameboodschap of het gebruik van een marketingpraktijk het advies van de JEP vragen.

Zij hebben hierbij de keuze tussen:

- een advies van de Jury zelf, dat bindend is voor de Jury in geval van eventuele latere klachten, of
- een qua draagwijdte beperkter advies van het Secretariaat van de JEP. Daar waar de Jury immers een voorgelegde reclame-uiting kan afkeuren of (voorwaardelijk) goedkeuren, kan het Secretariaat slechts ten indicatieve titel verwijzen naar de toepasselijke bepalingen en de eerdere relevante Juryrechtpraak.

De aanvrager blijft in beide gevallen vrij om het advies al dan niet na te leven.

Sinds 2 september 2019 hebben vzw Belgische Brouwers en Vinum Et

Spiritus zich geëngageerd om aan hun respectievelijke leden op te leggen om systematisch het voorafgaandelijk advies van de Jury te vragen vooraleer alle campagnes die bedoeld zijn om, op nationaal vlak, uitgezonden te worden op radio en/of tv en/of bioscoop, te verspreiden. Wegens het vertrouwelijke karakter van de adviesaanvragen, zal er hier niet verwezen worden naar de oorsprong van de betreffende reclameboodschappen of marketingpraktijken.

In 2022 werden ingevolge adviesaanvragen 18 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken door de JEP behandeld. Dit blijft op hetzelfde hoge niveau als



in 2021 (ter herinnering: in 2021 en 2020 waren er respectievelijk 18 en 22 adviesdossiers, tegenover 9 in 2019, 12 in 2018 en slechts 6 in 2017). Deze toename kan ongetwijfeld grotendeels worden verklaard vanuit de bijkomende engagementen die de beroepsfederaties van producenten voor hun leden hebben opgenomen in 2019 (cfr. hoger). Aldus neemt de alcoholsector twee derde van het totaal aantal adviesaanvragen over alle sectoren samen voor zijn rekening! Zeer positief hierbij is ook dat de Jury slechts in 3 gevallen de voor advies voorgelegde reclame (deels) diende af te keuren.

Klachten

De tussenkomst van de Jury in eerste aanleg met betrekking tot een reclameboodschap kan worden ingeroepen door het indienen van een klacht op initiatief van de volgende natuurlijke of rechtspersonen voor zover deze handelen met het oog op de verdediging van de consumentenbelangen en/of het imago van reclame: consument, consumentenorganisatie, socioculturele vereniging, beroepsvereniging/-federatie, lid of vertegenwoordiger van een officiële instantie of openbare macht.

De JEP heeft in 2022 ingevolge klachten met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken 6 dossiers onderzocht. In 1 van deze gevallen was de klacht afkomstig van een socioculturele vereniging. In de overige 5 dossiers waren de klachten afkomstig van consumenten. Het aantal klachtdossiers is vergelijkbaar met de onmiddellijk voorgaande jaren (8 dossiers in 2021 en 5 dossiers in 2020).

Hoewel de Jury betreurt dat in 5 van de 6 klachtdossiers een beslissing tot wijziging of stopzetting van de reclame diende te worden genomen, dient hierbij opgemerkt te worden dat in slechts 3 dossiers sprake was van een inbreuk op het Convenant (*met name wat betreft de educatieve slogan*) en dat de andere dossiers betrekking hadden op algemene thema's zoals misleidende reclame. Al deze beslissingen werden vrijwillig nageleefd door de betrokken adverteerders.

Conclusie

In absolute termen is het totaal aantal onderzochte dossiers inzake reclame en marketing voor alcoholhoudende dranken – d.w.z. zowel de adviesaanvragen als de reclameboodschappen onderzocht ingevolge klachten –

stabil gebleven: 24 dossiers in 2022 tegenover 26 dossiers in 2021, 27 dossiers in 2020 en 23 dossiers in 2019.

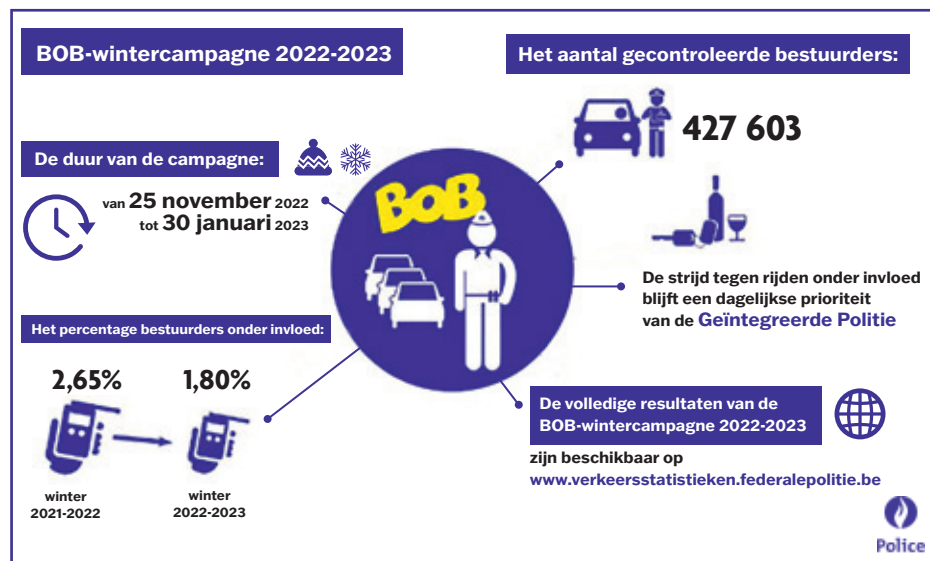
Hiermee blijft de verhouding tussen klachten- en adviesdossiers stevig gevestigd in de richting die de Jury het liefst ziet, met name naar een steeds ruimer beroep op haar preventieve werking, wat er immers blijk van geeft dat de brouwerijsector en bij uitbreiding de alcoholsector zijn verantwoordelijkheid inzake reclamezelfregulering opneemt.

Net zoals vorig jaar blijft er een punt van aandacht, nl. nagenoeg alle klachtdossiers hadden betrekking op online reclame, in het bijzonder via sociale media (4 van de 6 dossiers). De brouwers hebben ook in 2022 extra aandacht blijven schenken aan de nieuwere online vormen van reclame en marketing, die ook het voorwerp uitmaken van deze regulering doch de toepassing ervan in concrete gevallen brengt echter nieuwe uitdagingen met zich mee. De reflectieoefening over de doeltreffendheid van de slogan 'Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand' die in 2021 werd opgestart, werd in 2022 verder gezet.

BOB – LAAGSTE AANTAL POSITIEVE BESTUURDERS OIT TIJDENS WINTERCAMPAGNE

Samen met Assuralia, Vias, Brussel Mobiliteit, de Gewesten, de Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV), het Waals Agentschap voor Verkeersveiligheid (AWSR) en de lokale en federale politie, zet Belgische Brouwers zich al meer dan 25 jaar in om het aantal verkeersslachtoffers door rijden onder invloed van alcohol terug te dringen.

Tijdens de BOB-wintercampagne, waarbij de federale weg- en de lokale politie 427.603 bestuurders gecontroleerd hebben, heeft slechts 1,8% van de bestuurders positief geblazen. Het gaat zo om het laagste percentage sinds de start van de BOB-campagnes.



BOB zomercampagne “Deze keer ben ik BOB”

De BOB-zomercampagne richtte zich in eerste instantie tot iedereen. Alle Belgen konden na twee moeilijke jaren waarin veel sanitaire maatregelen van kracht waren, weer geleidelijk aan hun leven oppikken, terug samen van een barbecue genieten of opnieuw een festival meepikken.



De festivalgangers werden specifiek opgeroepen om op voorhand goede afspraken te maken over wie er geen alcohol drinkt en iedereen veilig thuis brengt. Was je BOB op één van de 7 festivals waar BOB aanwezig was, dan kon je een leuke design BOB T-shirt, zonnebril, pet of schoudertas winnen. De T-shirts werden ontworpen door Celine Van Ouytsel en Adrien Devyver, die tijdens de zomer van 2022 de campagne mee uitdroegen.

Van BOB naar ACT BOB

Samen met Assuralia, Vias, de Gewesten, de Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV), het Waals Agentschap voor Verkeersveiligheid (AWSR), Brussel Mobiliteit en de lokale en federale politie, blijft Belgische Brouwers zich inzetten om het aantal verkeersslachtoffers door rijden onder invloed van alcohol terug te dringen. Na 27 jaar en veel succesvolle campagnes later, waren de verschillende partners het erover eens dat er nagedacht moest worden over een ‘BOB 2.0’ die zou beantwoorden aan nieuwe uitdagingen waarmee we als maatschappij geconfronteerd worden en waarmee iedereen zich terug zou identificeren. Deze denkoefening heeft geresulteerd in een “ACT BOB”-strategie die zich het komende jaar verder zal uitrollen. ‘BOB’ zal meer actief aanwezig zijn en zich niet langer focussen op twee campagnes per jaar. Ook werken we aan een nieuwe organisatie-structuur met verschillende partnerschappen om het merk verder uit te bouwen.



Wie rijdt, drinkt niet

BOB

It's my life

BOB beschermt levens






BOB wintercampagne “It’s my life”

Het refrein van de hit van Dr. Alban ‘It’s my life’ vormde het conceptuele kader voor de transitie die BOB wil maken naar ACT BOB. BOB moet nóg meer aanwezig zijn en sensibiliseren om alle Belgen steeds op een veilige manier aan het verkeer te laten deelnemen. Vandaar de slogan: ‘BOB beschermt levens’, want als BOB bescherm je meer levens dan je denkt! Als je Bob bent, zorg je er niet alleen voor dat je medereizigers veilig thuiskomen, maar zorg je ook voor de veiligheid van fietsers, voetgangers, spelende kinderen, andere automobilisten, huisdieren, kortom: iedereen die je onderweg tegenkomt. ‘It’s my life’ biedt een metafoor voor het zich toe-eigenen van het BOB-concept.

Ruimer aanbod aan alcoholvrije bieren

We zijn verheugd te mogen vaststellen dat de positieve ontwikkeling in het segment bieren met een alcoholvolumegehalte van 0 % tot ten hoogste 0,5% zich ook in 2022 duidelijk heeft verdergezet. Aan de basis hiervan ligt de innovatiekracht en de technologische ontwikkelingen waarop de brouwerijen in België de voorbije jaren hebben ingezet. Niet of licht alcoholhoudende bieren behouden op die manier steeds meer hun unieke smaken. De vraag naar alcoholvrij en -arm bier is daardoor de afgelopen jaren steeds nadrukkelijker toegenomen. Terwijl de consumptie van bier mét alcohol al decennia dalend is, geldt voor de verkoopcijfers van bieren tot 0,5%: the sky is the limit. Niet alcoholhoudende bieren zijn dus gekomen om te blijven. Steeds meer brouwerijen brengen een gamma aan alcoholvrije varianten van hun speciaalbieren op de markt. We kunnen stellen dat onze Belgische brouwerijen pionier zijn op dit vlak. Op die manier zorgt het uitgebreidere aanbod aan alcoholvrije bieren voor een bijdrage in het toenemend gezondheidsbewustzijn en vindt elke BOB ongetwijfeld een alcoholvrij bier naar zijn/haar smaak.



SOLIDARITEIT

De oorlog in Oekraïne liet ook de brouwers niet onberoerd. De brouwerijsector neemt dan ook haar maatschappelijke verantwoordelijkheid in deze uitdagende tijden op. Hieronder vindt u een niet-exhaustieve lijst van verschillende initiatieven in 2022.

AB InBev stuurt half miljoen blikjes drinkwater naar Oekraïense grens

's Werelds grootste bierbrouwer vulde een half miljoen waterblikken af in haar grootste Europese brouwerij in Leuven. De brouwer transporteerde de blikken naar checkpoints in Polen en Moldavië aan de grens met Oekraïne. AB InBev heeft zowel in Oekraïne als in Rusland een grote aanwezigheid. In totaal 14 brouwerijen en 5.370 medewerkers. Het engagement is groot en de snelle omschakeling van de brouwerij was indrukwekkend. Ze deden dit al eerder op kleinere schaal tijdens de overstromingen in de Luikse regio, waar onder andere hun collega's van de brouwerij in Jupille door getroffen werden. Nu hielpen ze ook over de landsgrenzen heen.



AB InBev brouwt en verkoopt Oekraïens bier in België, winst gaat naar oorlogsslachtoffers

AB InBev heeft het Oekraïens bier Chernigivske in ons land geproduceerd én op de markt gebracht. De winst was bestemd voor humanitaire hulp in Oekraïne. Chernigivske is geliefd bij vele generaties Oekraïners. In Oekraïne lag de brouwerij in Tsjernihiv, in het noorden van Oekraïne, helemaal stil. AB InBev heeft het bier nu gebrouwen in Leuven en vanaf half mei was het in speciale blikjes te koop in een aantal supermarkten. Alle winst van de verkoop werd gedoneerd aan organisaties die humanitaire hulp verlenen in Oekraïne, waaronder Caritas International.



Brasserie de la Senne brouwt SCHIEVE KOLOS, een BELGISCH-OEKRAÏENS BIER

De Zennebrouwerij werkt al ettelijke jaren samen met brouwers uit de Oekraïense stad Lviv. Hun verhaal begon toen de Brusselse microbrouwerij een van hun bieren de naam *Taras Boulba* gaf, de naam van een Kozakkenheld. Daarmee trokken ze natuurlijk de aandacht van de Oekraïners. Er ontstond een vriendschap tussen de brouwers en in 2016 hielpen de Brusselaars zelfs bij het opzetten en inrichten van de microbrouwerij van hun vrienden in Oekraïne, die de naam *Pravda Beer Theatre* kreeg.

De Schieve Kolos, de nieuwste vrucht uit die samenwerking, werd gebrouwen in Brussel, met de hulp van een Oekraïense brouwer op basis van 'zagrava', een Oekraïense hopsoort. Het heeft kruidige, aromatische accenten. De winsten uit de verkoop van het bier gaan integraal naar een humanitair fonds voor de voedselvoorziening voor vluchtelingen die naar Lviv komen.

05 > DUURZAAMHEID

*Van het graan tot het glas,
duurzaamheid ligt de Belgische
biersector nauw aan het hart*

DUURZAAM ONDERNEMEN

Brouwen is een duizenden jaren oud ambacht dat blijft evolueren - en vandaag moet het tegemoet komen aan de uitdagingen waarmee onze planeet wordt geconfronteerd.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is dan ook meer dan een mooi verhaal of een imagokwestie. Het is een basisvoorwaarde voor de continuïteit van de sector, voor het draagvlak in de maatschappij en voor de houdbaarheid van de grondstoffenbehoefte. Verduurzaming is een continu proces, het vraagt constant nieuwe inzichten en strategische partnerships.

Om de beschikbaarheid en kwaliteit van de grondstoffen te kunnen borgen, maken veel brouwers zich hard voor duurzaam waterbeheer, energieverbruik, landbouw en verpakkingen en dat werpt zeker zijn vruchten af. Een gezonde agrarische sector en proper water zijn tenslotte van groot belang voor het brouwproces.



BROUWERIJ DE HALVE MAAN

VERDUURZAMEN OP HET DAK EN RONDOM HET AFVULCENTRUM

Met een zonnepark op het dak, een groendak, de aanleg van niet-verharde zones op de site van het afvulcentrum toont brouwerij De Halve Maan uit Brugge aan hoe je ook naar de buitenwereld visueel kan vergroenen bovenop de duurzame installaties die binnenin zorgen voor minder water-, energieverbruik.

Na de ingebruikname in 2016 van de 3,3 km lange bierpijpleiding tussen de brouwerij in het historische hart van Brugge en de bottelarij in een nabijgelegen KMO-zone, is het gloednieuwe afvulcentrum met zonnepanelen en groendak een volgende stap in de verduurzaming van brouwerij De Halve Maan. *“In navolging van het Green Deal-project dat wij in 2018 als één van de eerste brouwerijen mee ondertekenden, willen wij onze ecologische voetafdruk verminderen. Gelijktijdig willen wij een voorbeeld zijn van hoe je economische groei, traditie en authenticiteit kan rijmen met leefbaarheid en duurzaamheid. Zo willen wij ook de toekomst van onze stadsbrouwerij vrijwaren”,* stelt Xavier Vanneste.



GROTER EN GROENER AFVULCENTRUM

“Eén van de stappen daarin was de investering van 25 miljoen euro in een nieuw afvulcentrum voor flessen en vaten. De capaciteit daarvan was niet zomaar groter dan voorheen om tegemoet te komen aan onze groei, wij hebben ook gekeken naar de best beschikbare technologie op het vlak van duurzaam bottelen en afvullen. Ik geloof in dat verband heel sterk in niet alleen een vermindering van water- en energieverbruik maar ook in de mogelijkheden voor het hergebruiken van water en energie”.

“Toen de bouw van het afvulcentrum was voltooid, brak de Oekraïne- en energiecrisis uit en hebben wij verderop geplande investeringen versneld uitgevoerd. Via een crowdfundering-formule hebben wij binnen de 24 uren 2 miljoen euro opgehaald voor de plaatsing van zonnepanelen en de aanleg van een groendak op het afvulcentrum. Dankzij het zonnepark kunnen wij op piekmomenten zo’n 60% van de benodigde elektriciteit zelf opwekken. Ook kunnen wij zo’n 30% van ons gasverbruik zelf realiseren”.

“Wij hebben al diverse stappen gezet om het waterverbruik te verminderen. Wij streven naar 3,5 tot 4 liter water om 1 liter bier te brouwen wat heel ambitieus is voor een speciaalbierbrouwerij die inzet op retourverpakking in België en de buurlanden. Dat houdt ook in dat wij kijken naar het gebruik van regenwater en de recuperatie van ‘grijs’ water voor specifieke toepassingen. In de nabije toekomst willen wij energie die vrijkomt in de brouwzaal gebruiken om het bezoekerscentrum te verwarmen”.

MOSSEN EN GRASSEN TREKKEN INSECTEN AAN

Op het nieuwe afvulcentrum ligt naast het zonnepark een groendak waarop zo’n 600 m² mossen en grassen gedijen. *“Het is niet alleen visueel mooi, het draagt ook bij tot een lagere omgevingstemperatuur en is zonder meer een aanwinst voor de biodiversiteit omdat het heel wat insecten aantrekt. Gelijktijdig hebben wij op de site meer dan dertig bomen gepland. Omdat wij parkeermogelijkheden hebben voorzien onder het afvulcentrum, konden wij rondom de gebouwen verschillende niet-verharde zones aanleggen waar het hemelwater in de bodem sijpelt. Op die manier tonen wij hoe een bedrijf op een kmo-zone ook visueel kan vergroenen”,* aldus nog Xavier Vanneste.

GRONDSTOFFEN



BRASSERIE DE ROCHEHAUT

BROUWEN MET LOKAAL GETEELDE GERST

Steeds meer kleine brouwerijen zetten in op authenticiteit en korte-keten-landbouw, zo ook Brasserie de Rochehaut. Zij kozen resoluut voor in Wallonië geteelde brouwergerst die ook het Terra Brew-label draagt en landbouwers een correcte prijs garandeert. Een gedeelte van de brouwergerst wordt ook door henzelf verbouwd.

Rochehaut, gelegen langsheen de Semois, was jarenlang bekend om zijn tabaksplantages. Sinds de jaren zeventig bouwde de familie Boreux in het dorp een gevarieerd toeristisch aanbod uit met onder andere een hotel, vakantiewoningen, restaurants, dierenpark, landbouwmuseum en een winkel met streekproducten, 'La Boutique ardennaise'.

In oktober 2019 werd het aanbod uitgebreid met de Brasserie de Rochehaut. "Gedurende meer dan twintig jaar hebben wij een eigen bier laten brouwen bij derden maar wij wilden uiteindelijk toch starten met een eigen micro-brouwerij", geeft Arnaud Boreux, gepassioneerd bierliefhebber en brouwer, aan.

BROUWGERST HERINTRODUCEREN

"Daarvoor heb ik een opleiding tot microbrouwer gevolgd bij IFAPME in Luik. Wij kiezen ervoor om de productie zo lokaal mogelijk te houden, volgens de principes van de korte keten-landbouw. Het pure en zachte brouwwater is afkomstig van een nabijgelegen bron. De gerst verbouwen wij gedeeltelijk zelf maar wij werken



ook samen met een landbouwer uit Ciney die dezelfde gerstvariëteit teelt. Hierdoor beschikken wij over een voldoende groot volume dat vervolgens tot mout wordt verwerkt in een mouterij. De draf die overblijft tijdens het brouwen van onze bieren gebruiken wij als veevoeder voor onze Aberdeen Angus-runderen, waarvan wij het vlees op de grill serveren in het restaurant. De verwerkte gerst geeft een extra smaak aan ons rundvlees."

Alle gebruikte mout draagt het TerraBrew-label dat wordt toegekend aan brouwergerst die in Wallonië wordt geproduceerd. Het label werd gecreëerd door het Waalse agentschap Promotion de l'Orge de Brasserie in het kader van een strategisch ontwikkelingsplan om de typische brouwergerst opnieuw te introduceren in de Waalse landbouw.

Het project verenigt landbouwers, graanhandelaars, mouters, brouwers en wetenschappers. Enerzijds wil men het verbouwen van lokaal geteelde brouwergerst aanmoedigen; daarvoor worden specifieke gerstvariëteiten geselecteerd die geschikt zijn voor ons klimaat en onze bodemsamenstelling. Anderzijds wil men landbouwers een eerlijke prijs garanderen en hen ook de nodige inkomensgaranties geven.

TOT TWEEMAAL PER DAG BROUWEN

"Op weekdagen brouwen wij tot tweemaal per dag 15 hl. De ene week brouwen wij, de andere week vullen wij bier af. Jaarlijks brouwen wij zo'n 4.500 hl van onze Rochehaut-bieren, die grotendeels in de eigen regio en in het Groothertogdom Luxemburg worden verkocht. Naast vijf vaste bieren, een fruit- en een winterbier voorzien wij steeds een seizoensgebonden bier dat uitsluitend ter plaatse, in Rochehaut, kan worden geproefd", aldus nog Arnaud die graag herinnert aan de slogan van zijn bier, "een streek om te drinken"!



Belgische brouwergerst

Omdat de geteelde oppervlakte in ons land te klein is om de bierproductie te dekken, komt de brouwergerst die door Belgische brouwerijen wordt gebruikt, voornamelijk uit Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Denemarken, Tsjechië en Slowakije.

De afgelopen jaren werden er op een eerder beperkte schaal in België reeds een aantal succesvolle proef- en pilootprojecten rond brouwergerst opgestart (van 25 tot 90 hectare). Cristal en Arvesta (Arvesta is reeds een aantal jaren actief in het telen van conventionele gerst op Belgische bodem) willen echter veel verder gaan en mikten dit jaar op ongeveer 300 hectare voor de productie van Cristal. Daarmee komt de teelt van Belgische brouwergerst in een stroomversnelling.



HOE ZORGEN ZE ER SAMEN VOOR DAT JOUW FRISSE PINT OOK EEN DUURZAAM PINTJE WORDT?

- 1.** Het telen van brouwergerst heeft minder bemesting nodig en put de bodem minder uit dan de teelt van gewone gerst.
- 2.** De brouwergerst wordt dicht bij huis geteeld en gedorst, waardoor veel transport wordt uitgespaard!
- 3.** Samen met Arvesta gaan lokale landbouwers aan de slag met CO₂-reducerende technieken zoals carbon farming.
- 4.** De experts van Arvesta staan de landbouwers met raad en daad bij omtrent CO₂- en waterreducerende technieken zoals precisietechnologie. Zo wordt iedere m² nauwlettend geanalyseerd en gaat er geen druppel water verloren.

Die samenwerking maakt dat Cristal steeds zicht heeft op de oorsprong van de brouwergerst en dit tijdens elke stap van het productieproces.

Voorts bekijkt de brouwerij ook om de samenwerking met Belgische boeren nog verder op te schroeven en de helft van de Cristal-volumes met Belgische gerst te produceren. Kortom een echt Belgisch Farm to Fork-verhaal!





BROUWERIJ 3 FONTEINEN

Brouwerij bouwt granennetwerk uit

Brouwerij 3 Fonteinen (Beersel) werd bekroond voor het uitbouwen van een granennetwerk in het Pajottenland. Voor de BioVLAM 2022 gingen de Vlaamse biosector en het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) opnieuw op zoek naar bio-ondernemers die hun bedrijf met veel passie innoveren en duurzamer maken. Twaalf bedrijven schreven zich in. Brouwerij 3 Fonteinen werd beloofd voor haar inspanningen om een Pajots netwerk te lanceren van 100 % lokaal geteelde, biologische granen om in haar lambiek te verwerken. Ook moedigt de brouwerij granboeren aan om over te schakelen naar biologische teelt.

De brouwerij werkt intussen naarstig verder aan de uitbouw van het granennetwerk. Tien biolandbouwers zijn er al bij aangesloten en leveren lokaal geteeld graan uit het Pajottenland voor het brouwen van het bier. De eerste 'biolambiek' moet wel nog op de markt komen. Omdat traditionele lambiek veel tijd nodig heeft om te gisten en te rijpen, zal er volgend jaar slechts een kleine eerste oplage zijn. Het merendeel van de biologische lambiek op basis van lokaal geteeld biograan zal pas ten vroegste in 2024 beschikbaar zijn.



GREEN DEAL BROUWERS

Water is één van de belangrijkste grondstoffen en hulpbronnen om bier te brouwen. Het is het hoofdingrediënt van bier en wordt daarnaast ook gebruikt voor de schoonmaak, het spoelen, de stoomproductie ... Brouwerijen zijn dus sterk afhankelijk van water. Daartegenover staat dat onze waterbronnen meer en meer onder druk komen te staan. Met de 'Green Deal Brouwers' hebben Belgische Brouwers, Fevia, Vlaamse Milieumaatschappij (VMM), de Vlaamse overheid en enkele brouwerijen¹ in september 2018 de krachten gebundeld voor een duurzamer waterverbruik. De Green Deal biedt een lerend netwerk met andere brouwerijen, reflectie met de overheid, experts en leveranciers, en een gezamenlijke aanpak van eventuele knelpunten ... Elk jaar wordt er een voortgangsrapport opgemaakt.

Het laatste voortgangsrapport (2022) presenteert de resultaten van het vierde jaar van de Green Deal Brouwers. Omdat de gevolgen van de coronapandemie een negatief effect hebben op de doelstellingen van de Green Deal waren de deelnemende brouwerijen akkoord om de looptijd met één jaar te verlengen zodat er (nog) beter werk kan worden gemaakt van de doelstellingen. Zo is het voorziene eindpunt van deze Green Deal nu september 2023 (loco september 2022).

Tijdens het zevende Lerend Netwerk op 9 juni bij brouwerij Het Anker bracht deze haar persoonlijk relaas over het Blits-traject dat in hun bedrijf liep. Dit is een kort en krachtig proces omtrent een specifieke vraagstelling die voor het gehele team gehouden wordt. Blits staat voor Begeleid Leren In teams. Onder leiding van een extern facilitator zit de kern van het instrument in het samenbrengen van de in het bedrijf aanwezige kennis en verscheiden perspectieven om naar een uitdaging te kijken. Onderzoeksvraag was: 'hoe kunnen we het waterverbruik per geproduceerde liter bier naar beneden krijgen?'. Het traject is op 6 weken gerealiseerd. Outcome zijn vaak kleine, eenvoudige ingrepen die toch een verschil maken. De kracht van het instrument is dat de ideeën van de groep zelf komen, waardoor uitvoeren makkelijker wordt en de motivatie om te veranderen samen met de verantwoordelijkheid stijgt.

Nuoro, een bedrijf gespecialiseerd in geavanceerde behandeling van afvalwater, technologieën voor hergebruik van water en bio-energie, leverde een bijdrage over het inzetten van hemelwater. Zij voerden een studie uit voor brouwerij Huyghe. Hieruit kwam naar voren dat vooral de opslag van regenwater de uitdaging en plaatsgebrek vaak een issue is en dat verder de kwaliteit een zorg is, zeker wanneer het water in contact komt met voedingsproducten. Regenwater is vrij zuiver, soms met een specifieke lokale vervuiling die dan verdere behandeling vereist. Om te komen tot drinkwaterkwaliteit is remineraliseren of een blend maken met ander water noodzakelijk. Toepassingen zijn daarom meestal beperkt tot proceswater en water als dienst. Conclusie is dat investeren in de opslag van hemelwater een investering is in duurzaamheid met een positieve invloed op de waterbalans. Het potentieel voor het gebruik van regenwater situeert zich o.a. bij het sanitair, de baansmering, de flessenlijn, het spoelen van flessen en vaten ...



¹ 16 brouwerijen zijn ingestapt in de Green Deal Brouwers: AB Inbev, Alken-Maes, Cornelissen, De Halve Maan, Duvel Moortgat, Haacht, Het Anker, Hoegaarden, Huyghe, Omer Vander Ghinste, Palm, Rodenbach, Kasteel Brouwerij Vanhonsbrouck, Van Steenberge, Verhaeghe en Trappisten van Westmalle.

Vlakwa lichtte diverse steunmaatregelen toe. Daar de herkomst van de waterstromen (regen-, grond-, leiding-, oppervlaktewater) in de toekomst alleen maar in belang zal toenemen, heeft VMM een overzicht gegeven van alle bestaande beschikbare databanken m.b.t. water om deze denkoefening te faciliteren.

Op 22 november werd dan het achtste Lerend Netwerk gehouden bij brouwerij Rodenbach. Hier werd er overleg gepleegd over de voortgangsrapportering en het verdere verloop van de Green Deal. Er werd ook ingegaan op de verhoogde concentratie aan boor en/of fluor in het grondwater bij een aantal brouwerijen. Normeringen terzake zijn al wat aangepast, toch blijft vooral de (hogere) concentratie van fluor een uitdaging voor een beperkt aantal brouwerijen. Overschakelen op ondiep grondwater is één van de mogelijke oplossingen.

Alguma kwam een gesmaakte uiteenzetting geven over een alternatieve techniek voor ontijzering, nl. het via ondergrondse oxidatie ontijzeren van water. Ontijzering werd in de rapportering door een van de brouwers aangegeven als een uitdaging en daarom werd een relevante case geagendeerd op het lerend netwerk. Het Netwerk werd afgesloten met een toelichting van Royal Swinkels Family Brewers over hoe zij via een waarderings- en meetsysteem hun duurzaamheidsstreven en circulariteit vorm geven (Swinkels Circularity Index - SCI).

GREEN DEAL BESPAARDE SINDS DE START AL BIJNA 1 MILJOEN M³ WATER OF 389 OLYMPISCHE ZWEMBADEN WATER

Bij de aanvang van de Green Deal in 2018 hebben de deelnemende brouwerijen een nulmeting gemaakt. In totaal werd **netto 569.466 m³ minder water verbruikt in 2021** (o.b.v. de productiecijfers) dan indien men had blijven werken met een specifiek waterverbruiksniveau (L water/L bier) zoals in 2017/2018. Dit komt overeen met 228 olympische zwembaden.

Vergeleken met het vorige voortgangsrapport 2021 (114.306 m³) is de waterbesparing groter. Productievolumes vertonen voor een aantal brouwerijen terug een stijgende trend. Door de grotere productievolumes en de daardoor verhoudingsgewijs lagere reinigingsvolumes werd een grote waterbesparing gerealiseerd. Door de tijdelijke sluiting van de horeca moesten er minder vaten worden afgevuld en werd er verhoudingsgewijs meer afgevuld op fles en blik. Deze wijziging in de productmix leidde tot een verhoogd waterverbruik. Het reinigen van vaten vergt immers verhoudingsgewijs minder water in vergelijking met flessen (stijging specifiek waterverbruik). Nu het productieniveau voor een aantal brouwerijen

hernomen werd, viel deze inefficiëntie voor hen weg. Bij andere brouwerijen waren de effecten van corona en de andere productmix echter wel nog merkbaar. Ook andere aspecten spelen mee in het tijdelijk hoger liggen van het specifiek waterverbruik voor sommige brouwerijen, bijvoorbeeld het opstarten van nieuwe lijnen, wat gepaard gaat met veel testen en zoeken naar de juiste instellingen.

Het verminderde waterverbruik werd gerealiseerd o.a. door:

- optimalisatie van de reiniging en algemene procesoptimalisaties;
- optimalisatie van de productie-installaties zoals nieuwe fermentatiehal, naspoelen van tanks en leidingen, recirculatie van water voor de bevochtiging van dichtingen van de pompen, ...;
- installatie van nieuwe centrifuge en nieuwe, flessen- en vatenlijn (efficiëntere spoelmachine), start blikkenlijn;
- optimalisatie van het waterhergebruik;
- aanwenden van alternatieve waterbronnen zoals regenwater;
- ...

VERSCHUIVING VAN DIEP GRONDWATER NAAR ANDERE WATERBRONNEN

De deelnemende brouwerijen die diep grondwater oppompen, bouwen hun impact op die grondwaterlagen verder af. Diep grondwater is water dat zich in 'de gespannen grondlagen' bevindt, vaak op grote diepte en onder een ondoorlatende laag (bv. een kleilaag). Daardoor vullen ze maar zeer traag aan en kunnen ze door wateronttrekking uitdrogen.

In de plaats van diep grondwater te gebruiken, schakelen de betrokken brouwerijen over op andere waterbronnen zoals leidingwater of ondiep grondwater.



Meer info over de Green Deal Brouwers vind je op:
www.omgeving.vlaanderen.be/green-deal-brouwers


BROUWERIJ ABDIJ DER TRAPPISTEN VAN WESTMALLE

VAN 10 NAAR MINDER DAN 5 LITER WATER VOOR 1 LITER BIER

Aangespoord door de Green Deal heeft de brouwerij Abdij der Trappisten van Westmalle haar jarenlange inspanningen voor vermindering van het waterverbruik nog verder opgedreven. Werd er voor het project zo'n 10 liter water voor 1 liter bier gebruikt, dan werd dat volume nu al herleid tot minder dan 5 liter.

“Al sinds de jaren zestig van vorige eeuw zijn wij bezig met waterzuivering en -recuperatie. Onze samenleving moedigt ons ertoe aan om aandacht te hebben voor het leefmilieu”, zegt directeur Philippe Van Assche. “Water is immers het hoofdingrediënt van bier en in Vlaanderen wordt waterbevoorrading steeds belangrijker. Wij pompen het brouwwater op uit de 65 meter diep gelegen Diestiaanse ijzerzandsteenlaag waaruit ook het drinkwater in de Antwerpse Kempen wordt gehaald. De Green Deal, die wij in 2018 als één van de eerste brouwerijen mee hebben ondertekend, heeft ons een extra stimulans gegeven om nog meer zorgvuldig en spaarzaam met dat grondwater om te gaan. In een eerste fase hebben wij de reinigingssystemen op punt gesteld en overtollig verbruik vermeden. In een tweede fase zijn wij voor onze waterzuivering gaan werken met omgekeerde osmose (RO). Daardoor kunnen wij het afvalwater zuiveren tot op drinkwaterkwaliteit en het vervolgens hergebruiken voor reiniging van onze installaties”.

SLIB VOOR BIOGAS EN MEMBRAANFILTRATIE

Nadat de bestaande waterzuiveringsinstallatie voor biologische zuivering in 2017 werd uitgebreid met een membraanfilter voor omgekeerde osmose (RO) kon men het grondwatergebruik al met 26% verminderen. Dankzij de ingebruikname van de RO-membraanfilter werd het volume beperkt van gereinigd afvalwater dat nog in een nabijgelegen beek wordt geloosd. Onderzoek toonde aan dat de indikking van het geloosde afvalwater die gepaard gaat met het gebruik van de RO-installatie geen impact heeft op de fauna en flora in de beek. Als de installatie draait, gelden in verhouding aangepaste lozingsnormen.



In de beginfase van het reinigingsproces worden slib en afvalwater van mekaar gescheiden. Terwijl het slib naar een biogasinstallatie wordt afgevoerd, wordt het afvalwater op de site van Westmalle gezuiverd en gerecupereerd. *“Een twintigtal jaar geleden verbruikten wij nog 10 liter water om 1 liter bier te maken, daarna verminderde het naar 8 liter en nu zitten wij meestal al iets onder 5 liter”,* geeft productiedirecteur Lieven Van Hofstraeten (zie foto) aan.

ANGSTVALLIG WAKEN OVER REINIGINGSPROCEDURES

“Wij werken nu op zo'n 50% van de beschikbare capaciteit maar kunnen dat verhogen tot zo'n 70%. Met RO-membraanfiltratie, bijkomende investeringen en verder onderzoek naar de werking van bacteriën en chloriden kunnen wij nog verdere stappen zetten en permanent onder 5 liter water blijven voor 1 liter bier. Wij waken angstvallig over de volledige reinigingsprocedure die op honderden punten wordt gecontroleerd. Je wil immers nooit dat het water uit de verschillende circuits – opgepompt putwater, verzacht of ontkalkt water en door RO tot drinkwaterkwaliteit gezuiverd water – zich met mekaar vermengt. Daarom werden er ook extra leidingen en buffertanks geplaatst. Aanvankelijk recycleerden wij zo'n 10-15% van het afvalwater, nu is dat toch al meer dan 20%. Dat RO-water wordt gebruikt voor spoeling en reiniging van diverse installaties. Wij hebben zelfs een RO-waterleiding voorzien naar het Café Trappisten opdat wij hen bij eventuele waterschaarste kunnen bevoorraden met zo nodig nog meer intens gezuiverd water”.

Gemeentediensten Herent gebruiken voortaan afvalwater van brouwerij AB InBev: “Water is het nieuwe goud”

De gemeente Herent gaat vanaf dit jaar gezuiverd afvalwater van de Leuvense brouwerij AB InBev gebruiken. Met dat water zullen veegmachines de straat schoonmaken, worden gemeentelijke plantsoenen gegoten en hemelwaterputten bijgevuld die dan weer gebruikt worden om bijvoorbeeld toiletten door te spoelen. “We gaan bij AB InBev gerecycleerd water ophalen om bij ons in Herent te gebruiken”, zegt schepen van Leefmilieu Jan Schelstraete. “Dat is een win-win, want de brouwerij geraakt tegen een vergoeding van haar afvalwater af, en wij krijgen gezuiverd afvalwater voor onze gemeentediensten.” De brouwerij zelf probeert sowieso haar watergebruik te beperken. Het water dat ze wel nog nodig heeft, probeert ze zo veel mogelijk te recyclen. Het wordt gezuiverd op de terreinen van AB InBev langs de Aarschotsesteenweg in Leuven. De gemeente Herent zal daarvan zo'n 60.000 liter water per jaar tanken, maar indien nodig kan er meer worden getankt.

“We kunnen heel snel handelen en echt de nood van het moment invullen. Dat is een enorme meerwaarde. Water is het nieuwe goud, zeker met deze droge zomers. Al het water dat kan hergebruikt worden, moet hergebruikt worden. We zijn dan ook heel blij met deze samenwerking”, aldus Schelstraete.

Herent is niet de eerste die bij AB InBev water gaat ophalen. Ook het Leuvense stadsbestuur gebruikt het al sinds 2018, net als de Leuvense brandweer bij noodsituaties en landbouwers uit de omgeving.

“Hoe meer van ons afvalwater elders ingezet kan worden, hoe beter”, klinkt het bij AB InBev. “En er is nog meer dan genoeg. Wat stad Leuven, Herent, de brandweer en de landbouwers nu bij ons komen tanken, is slechts een fractie van wat beschikbaar is. Er is nog meer dan genoeg dat gerecycleerd kan worden. Andere gemeenten of landbouwers mogen dus zeker contact opnemen, graag zelfs.”

Illustratie duurzaamheid toegepast op export naar verre markten

De laatste jaren geniet Stella Artois een toenemende populariteit in verschillende delen van de wereld.

Om de duurzaamheidsambities van AB InBev te behalen, aan de stijgende vraag en groeiende populariteit te voldoen, en een continue bevoorrading te verzekeren, brouwt AB InBev Stella Artois meer en meer lokaal. Zo wordt bijvoorbeeld Stella Artois sinds 2021 lokaal in de Verenigde Staten gebrouwen. Ook in Zuid-Afrika wordt het bier lokaal gebrouwen. Als gevolg dalen de Stella Artois exportvolumes die voor niet-Europese markten bestemd zijn, aanzienlijk. Echter, door de transitie naar meer lokale productie wereldwijd, is er brouwcapaciteit vrijgekomen in België. Hierdoor brouwt AB InBev in België niet enkel BUD voor de Franse markt, maar ook Corona voor de Belgische en Europese markt.

Dankzij zeer strenge kwaliteit- en smaakcontroles en de expertise van lokale brouwmeesters en technische experts, garandeert AB InBev dat de knowhow om Stella Artois te brouwen, overal wordt behouden, met dezelfde smaakgarantie als in België.

“Het lokaal brouwen van AB InBev's bier maakt deel uit van de wereldwijde strategie om de CO₂-uitstoot te laten dalen. Lokale productie vergt immers minder trans-Atlantische export per boot. Concreet vertaalt dit zich in een vermindering van 7.000 ton CO₂ per jaar”, vult Andy Finck aan, verantwoordelijk voor alle Belgische brouwerijen. “Deze verschuiving ligt in lijn met AB InBev's duurzaamheidsdoelstellingen om tegen 2025, 25% minder CO₂ uit te stoten, en kadert binnen haar ambitie om Net Zero emissies tegen 2040 over de volledige waardeketen te bereiken. Continu innoveren in groenere brouwprocessen en logistiek maakt hier inherent deel van uit, en is één van de topprioriteiten voor ons.”

VERPAKKINGEN

Verpakkingen zijn essentieel voor bier.

Het zorgt ervoor dat mensen overal op een veilige en gemakkelijke manier van bier kunnen genieten.

Het rijke aanbod van Belgische bieren kent alle maten, vormen en soorten verpakkingsmaterialen. Robuuste, luchtdichte verpakkingen zijn nodig om bier te bewaren, te vervoeren en te schenken, en het te beschermen tegen lekken, besmetting, blootstelling aan zonlicht, of verlies van bubbels. Ongeacht het type en de grootte van de verpakking, is deze cruciaal voor het bier en moet deze de veiligheid, kwaliteit en hygiëne waarborgen.

Bierflessen – Bierflessen kunnen meer dan 30 keer worden hergebruikt en opnieuw gevuld voordat ze niet langer bruikbaar zijn en naar glasrecyclagecentra worden gestuurd om er nieuwe flessen van te maken. De kratten voor het vervoer van de flessen zijn ook herbruikbaar en kunnen meer dan vijftig jaar meegaan.

Glas is 100% recycleerbaar. Het heeft een onbeperkte levensduur en kan eindeloos worden gesmolten en gerecycleerd om nieuwe glasproducten te maken zonder verlies van kwaliteit of zuiverheid.

Blikjes – Aluminium blikjes kunnen steeds opnieuw worden gerecycleerd zonder substantieel kwaliteitsverlies. Geschat wordt dat door recyclage ongeveer 95% van de energie en de emissies die nodig zijn voor de productie van primair

aluminium² worden bespaard. De blikjes worden versnipperd, vervolgens gesmolten en tot blokjes of staven gegoten om er nieuwe producten van te maken.

Biervaten – In bars, cafés, restaurants, op evenementen en festivals wordt bier vaak van het vat verkocht. Het wordt geschonken uit stalen, aluminium, PET en houten vaten en fusten, waarvan vele 30 jaar of meer kunnen worden hergebruikt voordat ze geplet en gerecycleerd worden.

Verpakkingscyclus – Brouwers streven ernaar de levensduur van de materialen die zij gebruiken te verlengen, door gebruik te maken van gerecycleerde materialen en hervulbare en recycleerbare verpakkingen om grondstoffen en energie te besparen. In de loop der jaren hebben brouwers ook baanbrekend werk verricht bij het opzetten en ondersteunen van efficiënte inzamelingsystemen, onder meer door het gebruik van “reverse vending machines” (flessenautomaat, statiegeld- automaat).

Innovatie – Brouwers blijven innoveren, zoals kartonnen toppers en lijmoplossingen voor sixpacks, gerecycleerde krimpfolie, kratten gemaakt van 100% gerecycleerd materiaal...

Kortom, de Belgische brouwers zijn reeds jaren actief om hun verpakkingsbeleid te verbeteren rekening houdende met gewichtsbepanking, hergebruik van materialen, hergebruik van hervulbare verpakkingen en recycleerbaarheid.

² European Aluminium, 2016


KASTEEL BROUWERIJ VANHONSEBROUCK

DECORATIEF EN DUURZAAM IN BLIK

Kasteel Brouwerij Vanhonsbrouck zet sinds enkele jaren in op duurzame blikverpakking. Decoratieve blikjes worden bedrukt met milieuvriendelijke inkten of voorzien van een afritsbare plasticwikkkel en vervolgens verpakt in dozen van gerecycleerd karton. Daardoor kan de brouwerij van onder meer Kasteel en Filou tot 30% meer bier laden in een container.

“Het volume speciaalbieren in blik neemt behoorlijk toe”, zegt Xavier Van Honsbrouck. “Aanvankelijk was het een troef voor export naar de Verenigde Staten, maar ondertussen neemt de belangstelling ervoor ook toe in Europa, Zuid-Amerika en Azië. Blikverpakking is nu al goed voor meer dan 10% van ons volume en dat aandeel gaat de volgende jaren zeker nog stijgen. Op het vlak van kwaliteit en duurzaamheid biedt blikverpakking enorme voordelen. Enerzijds wordt het bier afgeschermd van invallend licht, anderzijds is blik een stuk lichter in gewicht. Ook is blikverpakking technisch geëvolueerd en wordt de binnenwand voorzien van een coating waardoor de smaak van het bier niet langer negatief wordt beïnvloed zoals dat decennia geleden het geval was”.

TOT 30% MEER BIER IN EEN CONTAINER

“Wij kunnen een container tot bovenaan stapelen met dozen van gerecycleerd karton waarin de blikken worden verpakt zonder het toegelaten laadvermogen te overschrijden. Dat betekent ook dat wij tot 30% en meer volume aan bier kunnen verschepen dan wanneer wij diezelfde container zouden volstouwen met flessen. Wanneer je dat volume over de weg wil vervoeren, zorgt blikverpakking er ook voor dat je minder vrachtwagens moet laten rijden en je ook geen vrachtwagens moet inzetten voor het ophalen van statiegeld- of retourflessen. Het gevolg daarvan is ook dat je het waterverbruik in de brouwerij kan verminderen omdat je niet meer wordt geconfronteerd met flessen die gereinigd moeten worden”.

BLIK EN PLASTIEKWIKKEL APART RECYCLEREN

De eco-kostprijs van blikverpakking is, volgens Xavier Van Honsbrouck, bijgevolg een heel stuk lager. Dat heeft ook te maken met het gebruik van milieuvriendelijke inkten voor het bedrukken van grote hoeveelheden blikken. Voor kleinere volumes en occasionele blikverpakking voor evenementen van bedrijven, organisaties of verenigingen voorziet brouwerij Van Honsbrouck blikken van een afritsbare plasticwikkkel. *“Consumenten kunnen zo blik en plastic apart in de PMD-zak steken wat de recyclagemogelijkheden ervan enorm verhoogt. Bovendien biedt blikverpakking je de mogelijkheid om sterker in te zetten op in het oog springende decoratie. In combinatie met de afritsbare plasticwikkkel kan je de verpakking zelfs personaliseren voor kleinere volumes”.*

“De bedrukbare oppervlakte van een etiket is beperkt en je moet meestal een rugetiket voorzien voor alle bijkomende informatie. Voor export moet je vaak heel wat bijkomende zaken vermelden en dan biedt blikverpakking toch meer mogelijkheden om alles decoratief en keurig geordend te lay-outen”.





© Photo by Suzy Hazelwood

ZWERFVUIL

De druk op verpakkingen blijft hoog omdat ze nog steeds talrijk in het zwerfvuil en in de (openbare) vuilnisbakken voorkomen. In zwerfvuil zitten niet alleen drankverpakkingen, maar ook, en meer nog, vele andere (voedings)verpakkingen. Vanaf 2023 moeten voedingsbedrijven betalen voor het volledig opruimen van het zwerfvuil op de grond.

We erkennen de problematiek van het zwerfvuil en zetten nieuwe middelen in om er vanaf te komen. Samen met de overheid, het bedrijfsleven en de consument stelt de voedings- en drankenindustrie alles in het werk om het straatbeeld mooier te maken. Samen zorgen we ervoor dat de kleine minderheid burgers, die nog verpakkingen op de grond gooit, overstag gaat. Die foute mentaliteit dient in de vuilbak gegooit te worden.

Ken jij Mooimakers? Dat is een initiatief dat zich in Vlaanderen al jarenlang inzet tegen zwerfvuil. In Wallonië neemt BeWaPP die taak op zich en in Brussel zijn dat Net Brussel en Brussel Leefmilieu. De initiatieven rusten op een gedeelde verantwoordelijkheid tussen burgers, bedrijven en de overheden.

CHARTER ZWERFVUIL

Wegens de slechte cijfers in de fractietelling zwerfvuil 2019-2021 van OVAM (Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij) nam Vlaams Minister Zuhal Demir het initiatief om verschillende actoren rond de tafel te brengen om samen extra engagementen te nemen door middel van een Charter Zwerfvuil. Ook de verpakkingwereld, waaronder o.a. Fevia, Belgische Brouwers, VIWF en Fost Plus, werden uitgenodigd om hieraan deel te nemen. Maar voor het eerst hebben vele andere actoren, zoals de transport- en de bouwsector alsook de landbouwgemeenschap, zich ertoe verbonden sensibiliseringscampagnes op te zetten. Alle beleidsniveaus waren hierbij ook betrokken. Dit is een goede zaak. Zwerfafval gaat inderdaad niet alleen over verpakkingen. Alleen als we onze krachten bundelen, kunnen we resultaten boeken.

Fevia, Belgische Brouwers en VIWF willen bijdragen aan oplossingen voor de zwerfvuilproblematiek, maar zijn van oordeel dat zij financieel reeds genoeg bijdragen en dat andere industrieën en sectoren ook hun verantwoordelijkheid moeten nemen. Zij zijn evenwel bereid om via ondertekening van het Charter Zwerfvuil onderstaande bijkomende engagementen te nemen:

- bedrijven sensibiliseren;
- sensibilisering van de CEO's (vb. tijdens vergadering Bestuursorgaan...);
- organisatie van infosessies om goeie praktijken uit te leggen;
- opstellen van een Code van goede praktijken over sampling;
- uitwerken van een communicatiecampagne gebaseerd op de kracht van de merken (via sociale media);
- ondersteuning van de acties van Fost Plus (The Click).

Doch begin september 2022 kondigde Minister Demir aan nog een beslissing te nemen om statiegeld op blikjes en plastic flessen in te willen voeren aangezien bleek dat de doelstelling voor het reduceren van zwerfvuil helemaal niet wordt gehaald (afpraak tussen Minister Schauvliege en de afvalsector om het zwerfafval met 20 % te verminderen tegen eind 2022). In het Vlaams regeerakkoord staat dat het zwerfafval aanzienlijk moet verminderen en de beslissing over een vorm van statiegeld eind 2023 zou genomen worden. Alle studies toonden aan dat de doelstellingen van het Vlaams verpakkingsplan niet gehaald zouden worden. Minister Demir wou niet wachten tot eind 2022 en nam het initiatief om het regeerakkoord uit te voeren. Om logistieke redenen zou het statiegeld best ingevoerd worden op Belgisch niveau. De andere regio's zijn in principe niet tegen, maar overleg is nodig. De invoering is ten vroegste voorzien in 2025. Het toepassingsgebied zijn bieren, waters en frisdranken in blik en PET verpakkingen.

Er zijn twee systemen mogelijk voor de invoering van het statiegeld. Ofwel een klassiek systeem zoals we dit kennen voor de gewaarborgde flessen, kratten en vaten, ofwel een digitaal systeem. Fevia, Comeos en Fost Plus hebben een studie laten uitvoeren over de haalbaarheid van een digitaal statiegeld systeem.

Op 23 december schaarde de Vlaamse regering zich achter het plan om vanaf 2025 statiegeld in te voeren op blikjes en flessen. Er wordt geopteerd voor een digitaal systeem waarvan de haalbaarheid zal uitgetest worden in proefprojecten.

Minister Demir was verheugd dat er unanimititeit was over de invoering van het statiegeld en verzekerde dat ze alle systemen van statiegeld met een open vizier bekijkt. Het klassieke systeem heeft volgens haar het nadeel dat alles apart verzameld moet worden en dat de flesjes niet geplet mogen worden.

Zij erkende dat er nog vragen zijn over het digitale systeem, maar daarvoor dienen de proefprojecten die in 2023 worden gestart door OVAM en zullen geëvalueerd worden op fraudegevoeligheid, toegankelijkheid, doeltreffendheid en gebruiksvriendelijkheid. Daarbij komt er ook een klankbordgroep met onder meer de milieuorganisaties.

Zijn die projecten niet positief, zal Vlaanderen toch opteren voor een klassiek statiegeldsysteem zoals in het buitenland.

In Wallonië voert de bevoegde minister Céline Tellier een studie over klassiek statiegeld.



06 > WETGEVING

NIEUWE EUROPESE GROEPS- VRIJSTELLINGSVERORDENING (VERTICAL BLOCK EXEMPTION REGULATION - VBER)

Op 1 juni 2022 trad de nieuwe Vertical Block Exemption Regulation of Verticale Groepsvrijstellingsverordening (VBER) in werking. Die verordening vervangt de vorige VBER, die al sinds 2010 het landschap voor verticale overeenkomsten (zoals drankafnameovereenkomsten) bepaalde. De VBER is de Verordening van de Europese Commissie waarbij in bepaalde omstandigheden verticale akkoorden toegelaten zijn. Een verticale overeenkomst is een overeenkomst waarbij de concurrentie verhinderd of beperkt wordt. Het Verdrag van de Europese Unie streeft naar een geïntegreerde interne markt die de concurrentie in de EU bevordert. Overeenkomsten die de handel tussen lidstaten niet merkbaar ongunstig beïnvloeden of die de concurrentie niet merkbaar beperken, zijn wel toegelaten. De VBER geeft de voorwaarden weer waaraan die overeenkomsten moeten voldoen om van de uitzondering te kunnen genieten. De drankafname akkoorden vallen onder die uitzondering en zijn toegelaten. De VBER heeft een tijdelijk karakter en de uitzonderingen worden voor een bepaalde periode toegekend. De vorige versie liep ten einde op 31 mei 2022.

In de nieuwe VBER werden geen wijzigingen aangebracht m.b.t. de drankafname akkoorden en deze kunnen dus verder toegepast worden zoals in het verleden. De nieuwe VBER wordt aangevuld met nieuwe Verticale Richtsnoeren. Beide instrumenten zijn van toepassing tot 31 mei 2034.



COVID-ADDENDUM BIJ DE GEDRAGSCODE VOOR GOEDE RELATIES TUSSEN BROUWERS, DRANKENHANDELAARS EN HORECASECTOR

vzw Belgische Brouwers, Febed, Horeca Vlaanderen, Fédération HoReCa Wallonie en Fédération Horeca Bruxelles ondertekenden op 1 juli 2022 formeel in het Brouwershuis in aanwezigheid van Vice-eersteminister en Minister van Economie en Werk, Pierre-Yves Dermagne en Minister van Middenstand, Zelfstandigen, KMO's, David Clarinval een addendum aan de "Gedragscode voor goede relaties tussen brouwers, drankenhandelaars en de horecasector" tot regeling van de gevolgen van de COVID-19-crisis op het niet behalen van afnamequota en de gevolgen voor de lopende commerciële huurovereenkomsten. Het addendum is op 1 september in werking getreden.

Tijdens de "COVID-periode" konden horeca uitbaters door de volledige of gedeeltelijke sluiting van de horeca moeilijk tot onmogelijk hun contractueel overeengekomen drankafnamequotum behalen.

Horeca Vlaanderen, Fédération HoReCa Wallonie, Fédération Horeca Bruxelles, Febed en Belgische Brouwers die op 21 december 2015 de Gedragscode voor goede relaties tussen brouwers, drankenhandelaars en horecasector hebben ondertekend, bereikten in overleg met de bevoegde Ministers Clarinval en

Dermagne dit akkoord. De ondertekenaars van deze bijlage hebben aldus gestreefd naar een win-winsituatie teneinde de evenwichten tussen de partijen te bewaren en op die manier juridische geschillen te kunnen vermijden.

Er worden twee situaties onderscheiden, drankafnameovereenkomsten los van elke huurrelatie en drankafnameovereenkomsten verbonden aan een huurcontract. Het basisprincipe van dit addendum is dat het niet behalen van de drankafnamequota tijdens de in het document vastgelegde COVID-periode nooit aanleiding zal geven tot financiële boetes (schadebedingen, andere sancties, ...) door de brouwers/ drankenhandelaars op voorwaarde dat de horeca-uitbater de exclusiviteit(en) van de drankafnameovereenkomst steeds heeft nageleefd. Het niet-afgeschreven deel van de prestaties blijft echter steeds verschuldigd door de horeca-uitbater.

Indien partijen via de bepalingen van het COVID-addendum niet tot een oplossing zouden komen, kan de Verzoeningscommissie worden ingeroepen. De werking van deze Verzoeningscommissie is dan ook verder uitgewerkt op basis van deze COVID-bijlage. De procedure kan worden opgestart mits een basiskost voor de eisende partij en er werd tevens een nieuwe voorzitter van de Verzoeningscommissie aangeduid, Meester Jo Vanbelle.

Op vraag van de Minister van Economie en Werk en de Minister van Zelfstandigen en KMO's ondersteunt de FOD Economie de werking van de Verzoeningscommissie in het kader van haar taak om de goede werking van de markt tussen alle partijen te verzekeren. Zo zal het secretariaat en het beheer van de website van de Verzoeningscommissie verzorgd worden door de FOD Economie.

"Het is algemeen bekend dat de crisis de horeca-uitbaters bijzonder hard heeft getroffen. Zij konden onmogelijk de met de brouwers overeengekomen minimum-hoeveelheid drank verkopen. Om onnodige en pijnlijke stappen te vermijden, werkten wij aan een win-win oplossing. Kortom, bemiddeling in plaats van conflict", aldus de minister van Werk en Economie, Pierre-Yves Dermagne.

David Clarinval, Minister van Zelfstandigen en KMO's: *"Met dit akkoord bieden we een evenwichtige oplossing tussen leveranciers en horeca-uitbaters. Hun economische activiteiten waren zeer zwaar getroffen tijdens de COVID-19-crisis. Door de verplichte sluitingen konden sommigen hun afnameverplichtingen niet nakomen. Ik vond het van primordiaal belang om hen te steunen door deze onderhandelingen te begeleiden en een administratieve ondersteuning te voorzien voor de werking van de verzoeningscommissie."*

EVALUATIE VAN DE GEDRAGSCODE VOOR GOEDE RELATIES TUSSEN BROUWERS, DRANKENHANDELAARS EN HORECASECTOR

In dezelfde constructieve sfeer evalueerden horeca, drankenhandelaars en brouwers ook de Gedragscode goede relaties tussen brouwers, drankenhandelaars en horecasector, het auto-regulerend kader dat naast de Europese wetgeving in 2015 in overleg met de bevoegde Ministers (Economie en Middenstand, KMO's) gecreëerd en gedragen werd door alle betrokken partijen.

De actualisering had als doel het partnerschap nog meer te bevestigen en het evenwicht in de relaties tussen alle partijen nog verder te versterken. Na onderhandelingen van meer dan een half jaar bereikten de partijen een akkoord, dat leidde tot de Gedragscode 2.0. Deze werd op 20 december voorgesteld aan de kabinetten van de ministers Clarinval en Dermagne. De FOD Economie bekijkt de teksten momenteel ook nog vanuit het perspectief van het Wetboek Economisch Recht (WER). Na deze analyse door de FOD Economie, zal de tekst ondertekend worden door beide ministers en de vijf federaties. Afhankelijk van de opmerkingen van de FOD Economie zou dit in de loop van 2023 kunnen gebeuren.



Autocontrolegids Belgische brouwerijen G-004 - Herziening

Een van de eerste autocontrolegidsen die door het FAVV werd goedgekeurd, was de Autocontrolegids voor de brouwerijen (G-004 - 2007). Een grondige update was broodnodig. Het secretariaat richtte een begeleidingscomité (brouwerijen Duvel, Haacht, Huyghe, Trappisten van Westmalle, De Ryck en Cornelissen en het secretariaat) op waarvan een actieve deelname werd verwacht en deed een beroep op een externe consultant om hen bij te staan. De herziening startte in 2021 en werd in 2022 verder afgewerkt. De werkzaamheden zullen gefinaliseerd worden in 2023. De finale versie moet dan nog voor commentaren en goedkeuring worden overgemaakt aan stakeholders om vervolgens gevalideerd te worden door het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV). Finale goedkeuring wordt daarom geraamd eind 2023, eerste helft 2024.



Code of conduct – herbruikbare bierflesjes en afwasbaarheid etiketten

Ook in 2022 ondervinden onze leden problemen met de verwijderbaarheid van (zelfklevende) etiketten op de aangeleverde retourflessen. Deze worden in de spoelmachines moeilijk of niet verwijderd en de lijm- en papierresten vervuilen bovendien de andere flessen. Dit geeft aanleiding tot enerzijds een verhoogde uitstoot in de “Empty Bottle Inspection (EBI)” en anderzijds ontstaan hierdoor onnodige productiestilstanden. Bij piekbelastingen kan dit resulteren in een rendementsverlies tot 10.000 flessen per uur.

Belgische Brouwers heeft gesprekken aangeknoopt met vzw DeTic (Belgisch-Luxemburgse vereniging van producenten en verdelers van cosmetica, detergents, onderhoudsproducten, lijmen en mastieken, biociden en aerosolen) en FEBELGRA (Federatie van de Belgische grafische industrie) om samen een intentieverklaring/gedragscode op te stellen teneinde een kader te bepalen dat de problemen neutraliseert en de sectoren hierover informeert, maar ook op het terrein gaat monitoren en indien nodig optreden in samenspraak met de bevoegde overheden. We hopen hiermee volgend jaar te landen.

Als u als brouwer mee wil helpen om het flessenpark optimaal te behouden en de economische én ecologische impact te beperken, dan raden we u aan om zelfklevende etiketten bij voorkeur enkel op one-way flessen te gebruiken.

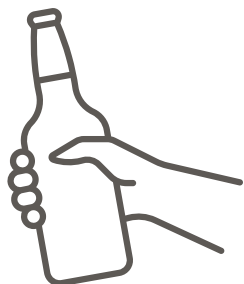
07 >

INFOGRAFIEKEN

Op basis van
beschikbare
ledengegevens

20 22 KERNCIJFERS

CONSUMPTIE
6.933.507 hl



UITVOER
16.390.562 hl



PRODUCTIE / EXPORT

30%



VAN DE PRODUCTIE
IS VOOR **EIGEN** GEBRUIK

70%



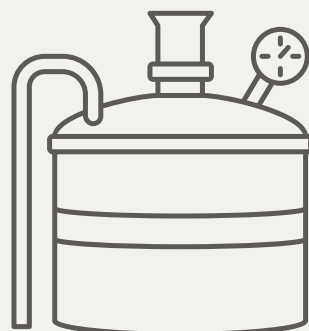
VAN DE PRODUCTIE
IS VOOR **EXPORT**

AANTAL
BROUWERIJEN

430

INVESTERINGEN

267.000.000 €



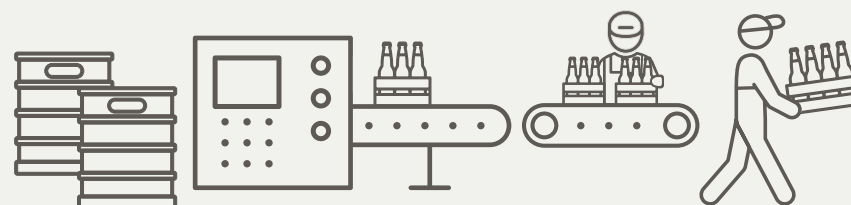
WERKGELEGENHEID
INDIRECT

50.000



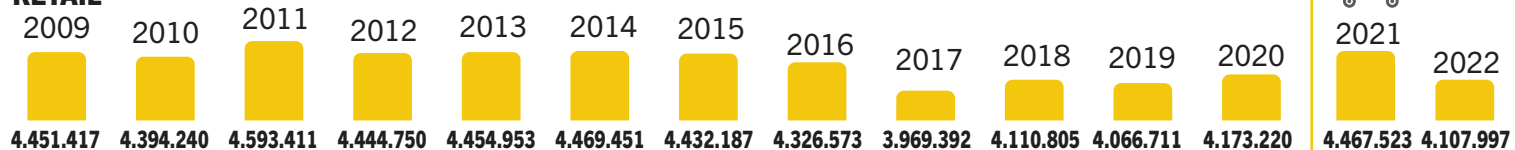
WERKGELEGENHEID DIRECT
(ENKEL BROUWERIJ)

6.866

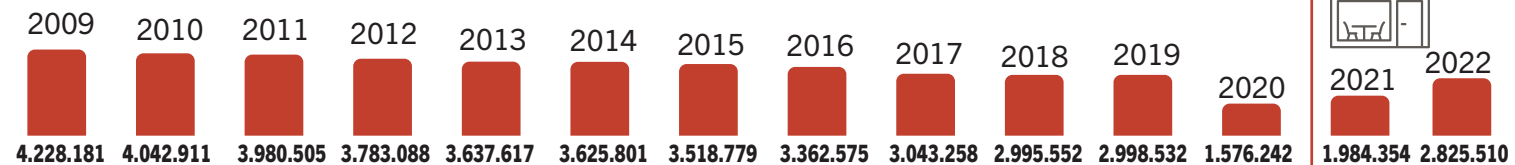


VERBRUIK VAN BIER IN BELGIË (in hectoliters)

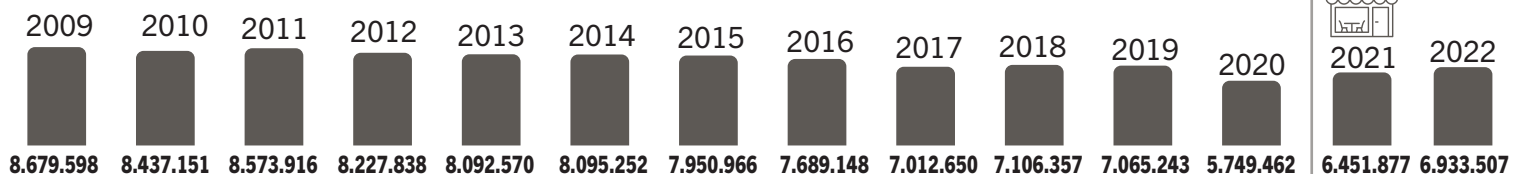
RETAIL



HORECA



TOTAAL



BELASTING OP BIER IN BELGIË



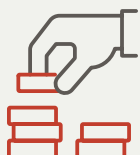
ACCIJNS OP BIER
191.298.619 €



VERPAKKINGSHEFFING OP
NIET-HERBRUIKBARE VERPAKKINGEN
22.533.955 €



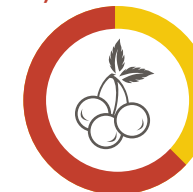
HEFFING OP HERBRUIKBARE
STATIEGELDFLESSEN
4.437.053 €



TOTALE FISCALITEIT
sociale lasten en andere belastingen inbegrepen
± 700.000.000 €

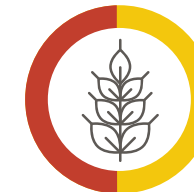
MARKTAANDEEL VAN BIERTYPES

65,23%



FRUITBIER:
geuze, kriek, fruit

49,61%



DEGUSTATIE:
zwaar blond, regionaal,
pale ale, stout,
scotch-x-mas

34,77%

50,39%

63,09%



DORSTLESSEND:
zuur, amber, wit

36,65%



PILS

36,91%

63,35%

32,72%



ANDERE PILS:
tafel, zonder alcohol en
alcoholarm, luxe pils

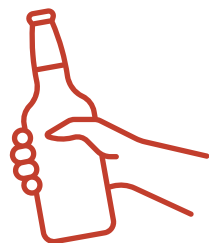
48,91%



ABDIJ:
abdi, trappist

■ Horeca

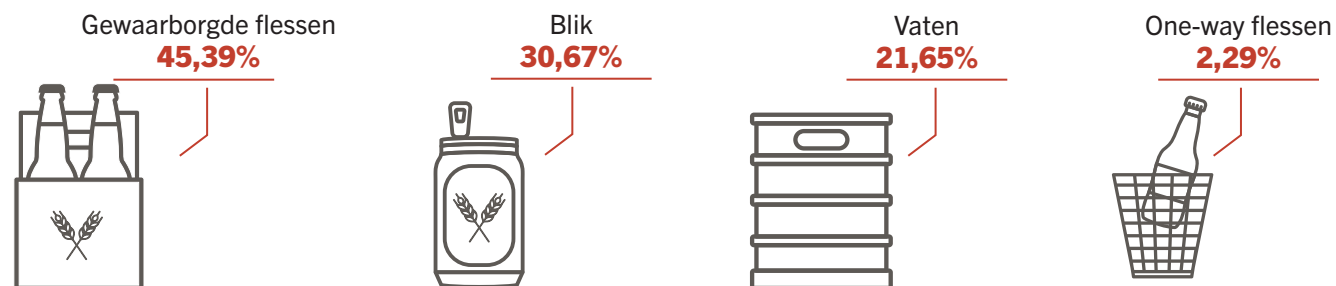
■ Retail



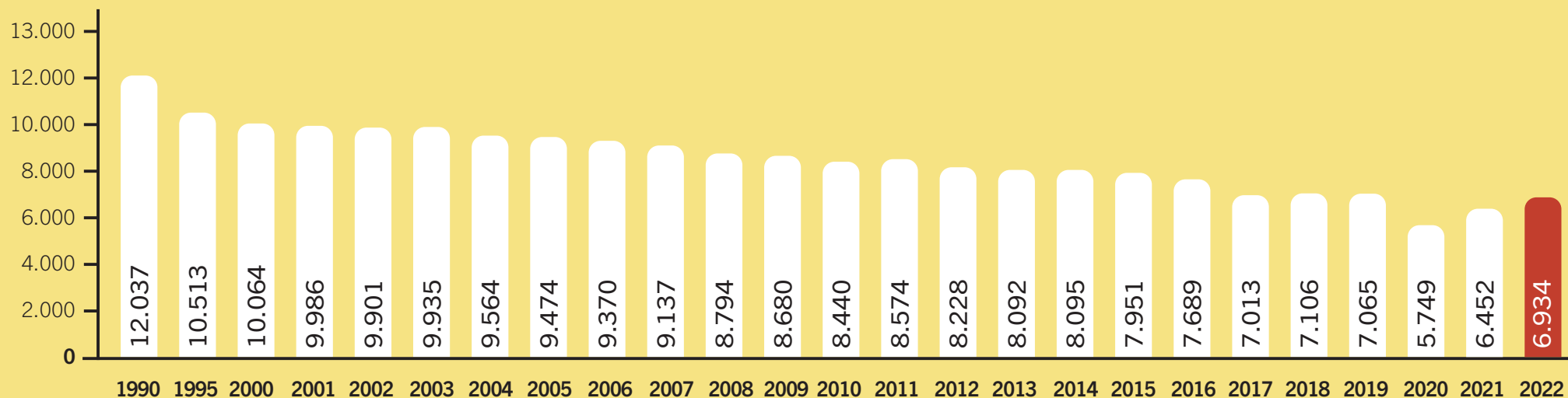
Consumptie van Belgisch bier

1990 - 2022 (in 000 hl)

BIERVERBRUIK PER VERPAKKING



CONSUMPTIE (in 000 hl)

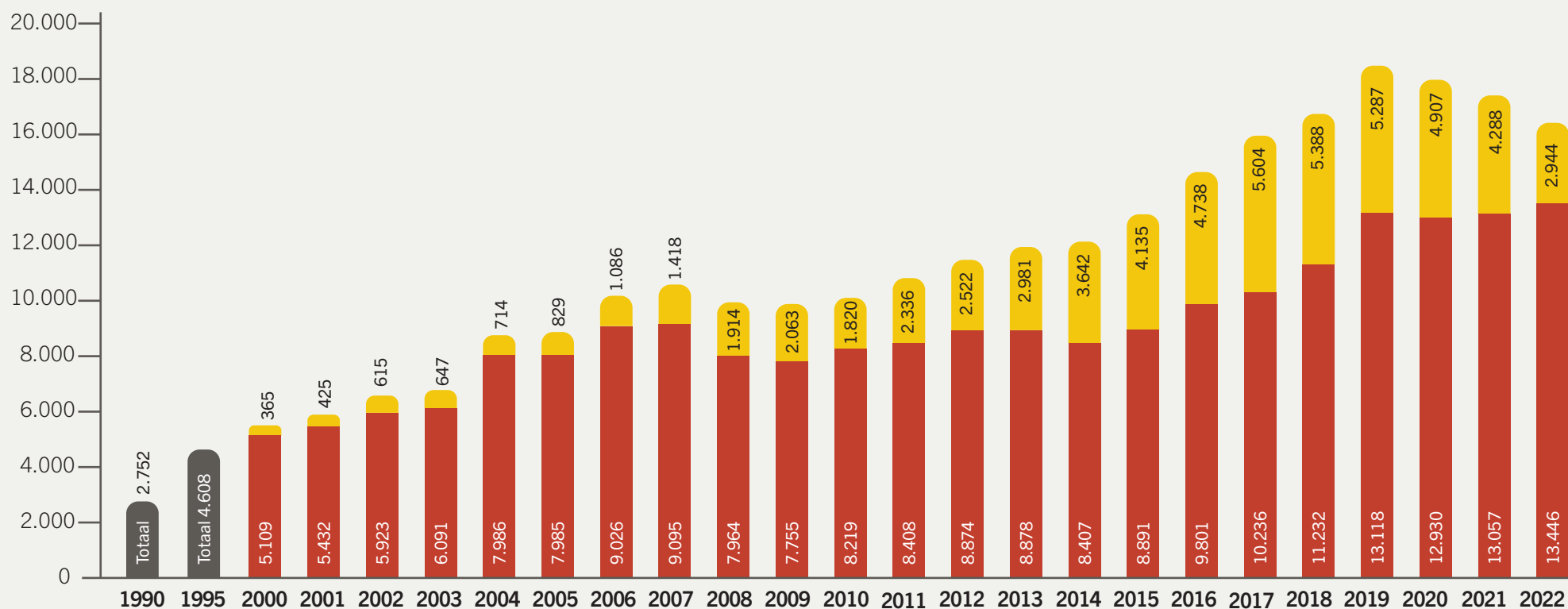




Export van Belgisch bier

1990 - 2022 (in 000 hl)

EXPORT (in 000 hl)



intra EU

2012: 8.874.059 hl 2022: 13.446.128 hl

+51,52%



extra EU

2012: 2.522.329 hl 2022: 2.944.434 hl

+16,73%



EXPORTCIJFERS 2022 OPGEDEELD:

EU 13.446.128 hl

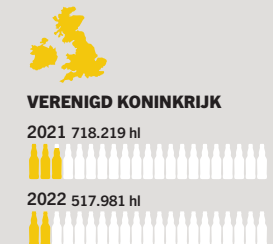
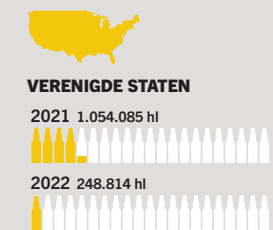
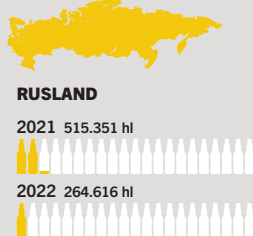
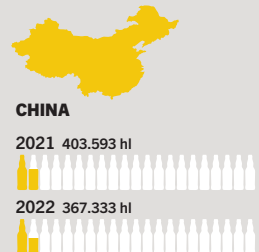
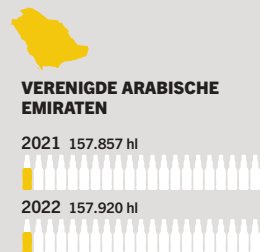
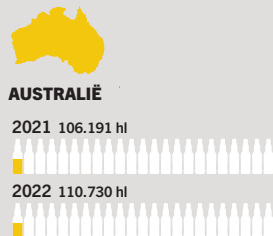
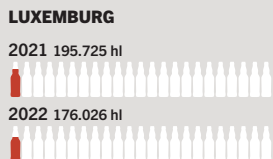
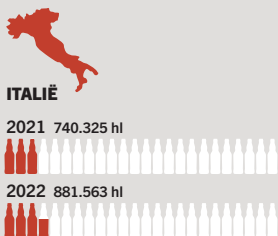
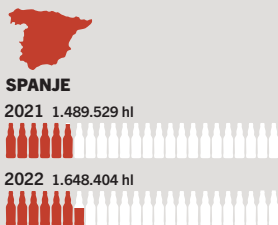
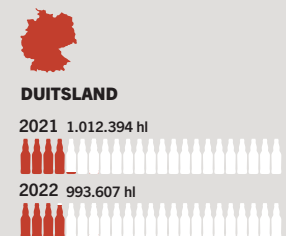
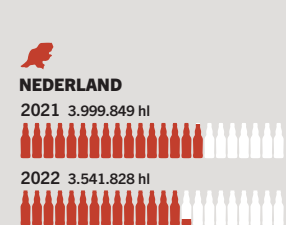
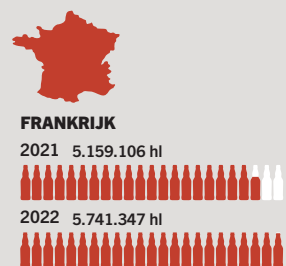


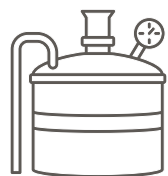
NON EU 2.944.434 hl

Wereldwijd 16.390.562 hl

EXPORTCIJFERS 2022:

= 250.000 hl





De Belgische brouwerijsector



CONSUMPTIE IN HECTOLITERS

2021 6.451.877

2022 6.933.507

↑ +7,46%



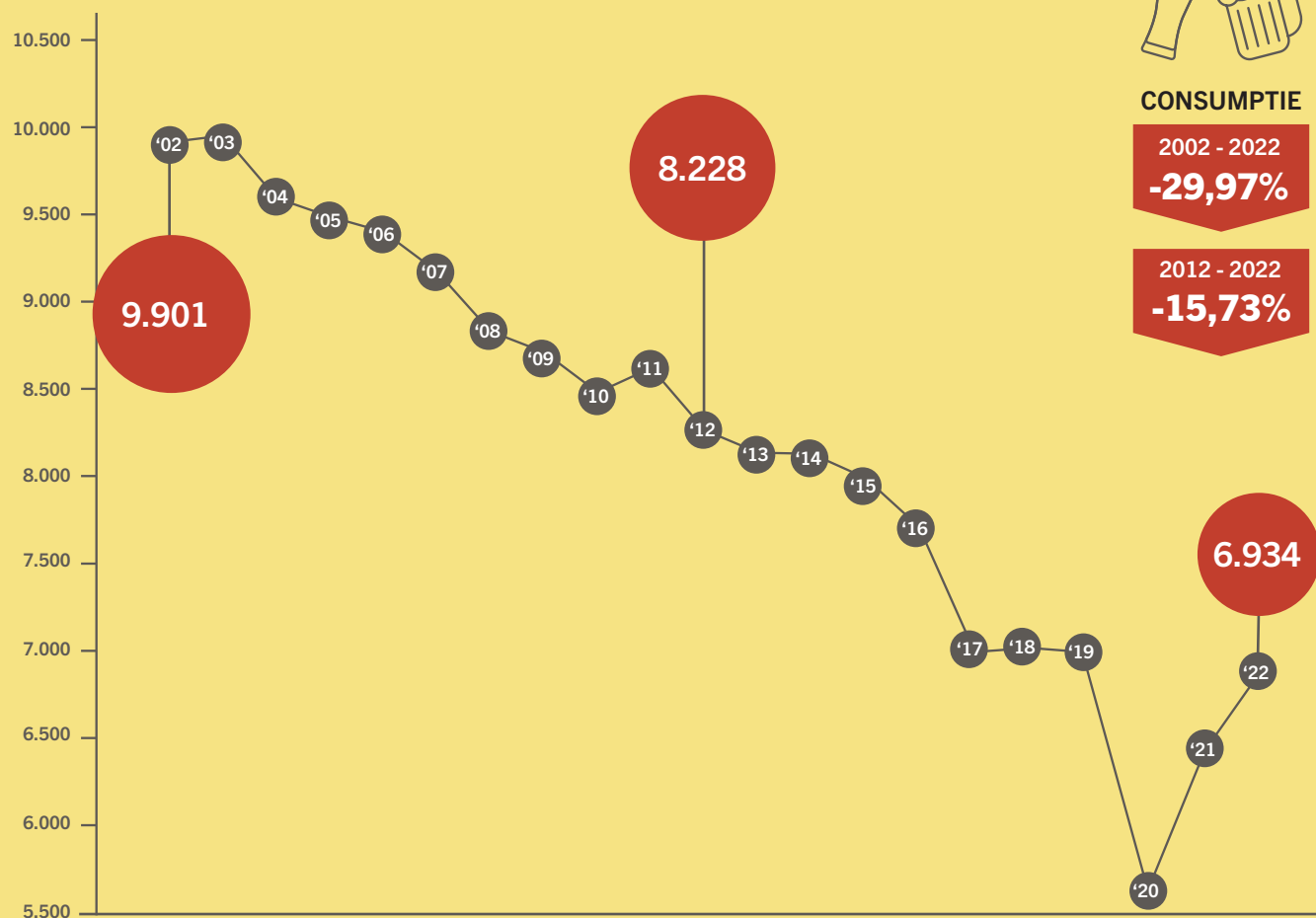
EXPORT IN HECTOLITERS

2021 17.345.158

2022 16.390.562

↓ -5,50%

BIERCONSUMPTIE IN BELGIË 2002-2022 (in 000 hl)



08 > TABELLEN EN CIJFERS

20 22 KERNCIJFERS

CONSUMPTIE
6.933.507 hl



UITVOER
16.390.562 hl



PRODUCTIE / EXPORT

30%



VAN DE PRODUCTIE
IS VOOR EIGEN GEBRUIK

70%



VAN DE PRODUCTIE
IS VOOR EXPORT

AANTAL
BROUWERIJEN

430

INVESTERINGEN
267.000.000 €



WERKGELEGENHEID
INDIRECT
50.000



WERKGELEGENHEID DIRECT
(ENKEL BROUWERIJ)
6.866



Export van Belgisch bier - EU + NON EU

(in 000 hl)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Frankrijk	3.557	3.664	3.557	3.695	4.047	4.268	4.798	4.998	5.081	5.159	5.741
Nederland	2.033	2.132	2.135	2.281	2.464	2.705	2.947	3.323	3.297	4.000	3.542
Duitsland	1.854	1.707	1.313	1.330	1.531	1.551	1.590	1.847	1.564	1.012	994
Italië	448	457	447	534	551	607	638	661	600	740	882
Verenigd Koninkrijk	394	292	293	354	436	454	311	379		nu Non EU	Non EU
Luxemburg	174	204	186	194	221	222	206	234	301	196	176
Spanje	101	87	86	104	136	188	335	1.297	1.581	1.490	1.648
Cyprus	67	55	72	104	97	12	136	100	94	27	42
Ierland	64	96	75	70	70	76	66	41	30	21	15
Denemarken	34	41	55	50	58	50	42	53	63	59	52
Oostenrijk	8	7	39	39	56	28	10	5	44	66	63
Zweden	29	38	38	31	33	23	26	46	69	63	54
Portugal	8	5	10	24	16	13	20	14	20	34	30
Griekenland	13	17	18	11	15	2	10	13	17	16	15
Finland	19	20	19	14	12	6	6	16	22	21	21
Hongarije	9	9	11	9	12	8	15	43	34	37	55
Tsjechië	14	13	11	6	8	2	31	6	8	9	9
Roemenië	5	3	6	6	7	3	9	5	14	15	20
Malta	10	8	10	8	7	6	8	11	10	13	11
Polen	22	10	10	10	5	6	6	6	17	32	47
Kroatië	2	2	4	2	4	1	7	2	3	2	3
Litouwen	5	2	1	2	3	1	1	6	15	15	9
Estland	1	2	4	3	4	1	2	3	8	6	5
Bulgarije	2	2	3	2	3	1	2	2	3	5	3
Letland	2	3	4	4	4	2	6	8	35	16	8
Slowakije	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Slovenië	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2
EU	8.874	8.878	8.407	8.891	9.801	10.236	11.232	13.118	12.930	13.057	13.446
Evolutie	5,5%	0,0%	-5,3%	5,8%	10,2%	4,4%	9,7%	16,8%	-1,4%	1,0%	3,0%
NON EU	2.522	2.981	3.642	4.135	4.738	5.604	5.388	5.287	4.907	4.288	2.944
Evolutie	8,0%	18,2%	22,2%	13,5%	14,6%	18,3%	-3,8%	-1,9%	-7,2%	-12,6%	-31,3%
ALGEMEEN TOTAAL	11.396	11.859	12.049	13.026	14.539	15.840	16.620	18.406	17.837	17.345	16.391
Evolutie	6,1%	4,1%	1,6%	8,1%	11,6%	8,9%	4,9%	10,7%	-3,1%	-2,8%	-5,5%

Export van Belgisch Bier - NON EU

(in 000 hl)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Verenigd Koninkrijk									585	718	518
U.S.A.	1.286	1.503	1.801	1.901	2.208	2.666	2.345	2.364	1.884	1.054	249
China (Volksrepubliek)	38	83	311	490	716	780	615	407	350	404	367
Canada	344	349	384	402	456	496	440	486	300	60	49
Korea (Rep.)	28	66	88	166	202	338	400	377	119	128	56
Japan	200	159	123	117	118	103	108	92	83	80	75
Russische Federatie	53	68	83	84	113	153	216	255	355	515	265
Verenigde Arabische Emiraten	29	42	43	71	79	97	105	126	159	158	158
Maleisië	82	117	111	50	75	69	43	15	12	61	59
Australië	30	28	20	21	70	125	140	130	127	106	111
Oekraïne	50	53	53	47	66	93	129	97	85	76	82
Singapore	34	62	67	76	52	85	96	121	78	77	57
Hong Kong	34	39	39	40	47	50	53	48	27	20	14
Zwitserland	46	65	69	73	43	46	32	37	45	48	54
Israël	54	58	49	44	42	38	42	40	37	64	83
India	-	-	8	38	40	22	50	28	13	12	9
Brazilië	14	20	22	51	31	25	45	25	36	47	29
Vietnam	-	-	33	52	29	13	11	12	5	8	14
Zuid-Afrika	6	9	10	15	24	63	45	18	5	4	10
Thailand	29	31	43	37	23	43	42	38	15	6	11
Mexico	3	3	5	83	21	17	64	113	78	28	20
Taiwan	4	17	50	11	11	14	8	10	7	6	5
IJsland	4	4	5	7	10	13	13	16	13	14	9
Noorwegen	3	4	5	8	8	9	12	9	8	18	14
Kazachstan	14	16	11	4	5	7	6	4	4	7	6
Nieuw-Zeeland	7	6	6	4	4	3	3	3	2	2	2
Colombia	-	-	-	-	-	-	41	67	92	28	18
Andere landen	115	170	184	233	235	232	290	350	380	539	598
NON EU	2.522	2.981	3.642	4.135	4.738	5.604	5.388	5.287	4.907	4.288	2.944
Evolutie	8,0%	18,2%	22,2%	13,5%	14,6%	18,3%	-3,8%	-1,9%	-7,2%	-12,6%	-31,3%

Accijnsopbrengsten op bier en andere dranken (in duizend euro)

	Bier	Wijn	Schuimwijn	Aperitief	Alcoholvrije dranken	Alcohol	Koffie
1995	179.978	62.102	15.170	20.095	130.964	177.161	12.938
1996	183.794	68.124	16.852	22.270	129.154	182.496	13.713
1997	226.326	91.980	21.329	31.216	136.554	204.515	14.358
1998	206.670	96.279	23.231	31.141	138.137	191.808	14.188
1999	209.953	99.489	25.101	30.698	152.515	192.543	13.703
2000	208.460	101.415	23.549	31.962	147.813	205.649	13.417
2001	206.716	104.352	23.902	30.933	150.749	207.028	13.717
2002	201.988	105.501	24.628	30.115	160.712	213.067	12.809
2003	207.873	113.519	28.078	31.132	169.841	233.277	13.221
2004	196.760	110.986	28.893	29.752	96.291	214.554	13.864
2005	193.454	111.237	30.597	28.173	49.728	218.311	13.561
2006	193.408	113.712	33.202	27.357	49.133	225.049	12.775
2007	191.149	114.538	38.706	27.734	48.957	225.192	12.405
2008	185.324	114.059	42.159	27.606	49.494	230.069	12.813
2009	183.139	115.361	49.451	25.952	52.735	228.986	13.017
2010	187.759	115.975	57.132	25.644	54.124	235.120	13.081
2011	183.776	115.582	60.988	24.416	56.026	239.165	14.339
2012	180.797	115.375	65.872	24.008	54.187	248.962	13.717
2013	183.359	131.492	77.142	26.079	57.645	271.730	14.995
2014	196.464	139.500	85.190	25.542	57.104	291.585	14.732
2015	194.000	147.600	92.200	26.300	55.600	318.100	14.200
2016	201.585	173.826	103.947	28.329	99.730	323.098	14.129
2017	200.798	172.391	102.566	27.993	103.244	319.480	14.504
2018	200.980	172.668	102.062	26.138	174.639	313.635	13.820
2019	199.732	173.584	103.851	25.283	183.268	310.839	15.426
2020	168.259	174.627	89.739	25.450	175.006	321.161	14.996
2021	178.627	180.541	106.079	24.404	175.299	344.522	14.358
2022	191.299	169.860	105.333	21.502	188.611	334.001	13.894
2022/2021	7,1%	-5,9%	-0,7%	-11,9%	7,6%	-3,1%	-3,2%

Omzet van de Belgische voedingsnijverheid per sector

(Volgens de maandelijkse en trimestriële BTW-aangiften) - NACE-BEL herzien (in miljoen euro)

Omzet per subsector	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022 vs 2021
10.1 Verwerking en conservering van vlees en vervaardiging van vleesproducten	5.898	6.161	6.007	7.462	7.821	7.953	9.045	13,7%
10.2 Verwerking en conservering van vis en van schaal- en weekdieren								
10.3 Verwerking en conservering van groenten en fruit	5.481	5.501	5.680	6.011	5.608	5.968	7.722	29,4%
10.4 Vervaardiging van plantaardige en dierlijke oliën en vetten								
10.5 Vervaardiging van zuivelproducten	4.987	5.479	5.315	4.791	5.358	5.446	7.069	29,8%
10.6 Vervaardiging van maalderijproducten, zetmeel en zetmeelproducten	2.897	3.137	3.525	3.621	3.487	3.579	4.844	35,3%
10.7 Vervaardiging van bakkerijproducten en deegwaren	3.886	3.920	3.842	4.579	4.677	5.163	5.699	10,4%
10.8 Vervaardiging van andere voedingsmiddelen	10.554	10.862	10.553	10.769	10.157	11.243	13.854	23,2%
10.9 Vervaardiging van diervoeders	4.878	4.958	4.252	4.553	4.701	5.524	6.896	24,8%
11.0 Vervaardiging van dranken	5.596	5.966	6.222	6.384	6.092	6.440	7.005	8,8%
11.05 Bier	3.045	3.363	3.394	3.748	3.510	3.654	3.917	7,2%
11.07 Frisdranken en water	1.995	2.107	2.304	2.350	2.328	2.472	2.758	11,6%
TOTAAL 10	44.462	46.254	46.001	48.894	48.175	54.365	68.595	26,2%
TOTAAL 11	5.596	5.966	6.222	6.384	6.092	6.440	7.005	8,8%
TOTAAL 10+11	50.058	52.220	52.223	55.278	54.267	60.805	75.601	24,3%
Verwerkende industrie	259.239	274.953	279.744	280.648	248.903	298.738	369.304	23,6%

Bron: Statbel

Investerings in de Belgische voedingsnijverheid per sector

(Volgens de maandelijkse en trimestriële BTW-aangiften) - NACE-BEL herzien (in miljoen euro)

Verdeling investeringen volgens subsector	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022 vs 2021
10.1 Verwerking en conservering van vlees en vervaardiging van vleesproducten	151,2	146,3	139,3	147,1	154,0	161,8	168,0	3,8%
10.2 Verwerking en conservering van vis en van schaal- en weekdieren	4,5	9,1	7,6	13,8	15,8	21,8	18,8	-13,8%
10.3 Verwerking en conservering van groenten en fruit	337,6	455,0	388,5	356,9	345,0	391,5	335,5	-14,3%
10.4 Vervaardiging van plantaardige en dierlijke oliën en vetten	29,0	21,6	27,5	24,7	32,2	26,3	31,9	21,3%
10.5 Vervaardiging van zuivelproducten	106,0	106,4	88,1	116,3	136,8	168,9	179,8	6,5%
10.6 Vervaardiging van maalterijproducten, zetmeel en zetmeelproducten	42,9	48,9	56,0	70,2	48,8	43,5	54,3	24,8%
10.7 Vervaardiging van bakkerijproducten en deegwaren	255,1	236,4	206,7	249,8	266,6	313,7	399,0	27,2%
10.8 Vervaardiging van andere voedingsmiddelen	242,0	269,8	305,2	317,3	304,2	266,9	400,9	50,2%
10.9 Vervaardiging van diervoeders	62,1	75,1	68,2	82,3	73,7	92,8	99,8	7,5%
11.0 Vervaardiging van dranken (Bier inbegrepen)	408,1	393,8	357,1	411,2	338,6	388,1	366,7	-5,5%
TOTAAL 10+11	1.639,3	1.762,5	1.643,7	1.782,2	1.716,5	1.874,2	2.054,7	9,6%
Vervaardiging van BIER	294,8	270,2	252,1	332,4	275,6	310,8	266,9	-14,1%

Bron: Statbel

09 >

BROUWERIJEN LEDENLIJST



LIJST MET DE LEDEN VAN DE VZW BELGISCHE BROUWERS

Het aantal brouwerijen in België neemt nog steeds toe en in 2022 had de federatie het genoeg 5 nieuwe leden te mogen verwelkomen.

A

Brasserie de l'ABBAYE DES ROCS
 Brasserie de l'ABBAYE DU VAL-DIEU
 Brouwerij ABDIJ DER TRAPPISTEN VAN WESTMALLE

AB INBEV

Brouwerij BOSTEELS
 Brouwerij van HOEGAARDEN
 INBEV BELGIUM

Brouwerij ADEPT

Brouwerijen ALKEN MAES n.v.

AFFLIGEM Brewery BDS
 Brouwerij ALKEN MAES n.v.
 Brouwerij MORT SUBITE n.v.

Brasserie ARDENN'OR

Brasserie AT2LIER

Brasserie ATRIUM

B

Brouwerij BEER SELECT

BELGIAN BREW FACTORY

Brasserie de BELLEVAUX sprl

Ferme de BERTINCHAMPS s.a.

Brasserie BIERES DE CHIMAY s.a.

Abbaye NOTRE-DAME DE SCOURMONT

Brouwerij BOON n.v.

BRUGHUIS BROUWERS

Brasserie de BRUNEAUT

Brouwerij BUVENS

C

Brasserie {C}

Brasserie CANTILLON

Brasserie CARACOLE

Brasserie des CARRIÈRES

Brasserie CAULIER sprl

Brasserie de CAZEAU

CIRCUSBROUWERIJ

CONCEPTBREWERY bvba

Brouwerij CONTRERAS

Brouwerij CORNELISSEN

D

Sint Benedictusabdij – Brouwerij van 'DE ACHELSE KLUIS'

Brouwerij DE BIE **NIEUW**

Brouwerij DE BLOCK

Brouwerij DE BRABANDERE

DECA SERVICES n.v.

Brouwerij DE DOLLE BROUWERS

Kasteelbrouwerij DE DOOL n.v.

Brouwerij DE GLAZEN TOREN

Brouwerij DE HALVE MAAN bvba

Brouwerij DE LEITE **NIEUW**

Brouwerij DE MEESTER

Brouwerij d'OUDE MAALDERIJ

Brouwerij DE PLUKKER

Brouwerij DE POES

Brouwerij DE RANKE bvba

Brouwerij DE RYCK – DE GOUDEN AREND bvba

Brasserie DES LEGENDES sprl

Brasserie DESEVEAUX

Brouwerij DE TROCH

Brouwerij DE VLIER

Brouwerij DILEWYNS

Brouwerij DRIE FONTEINEN

Brasserie DU BOCQ

Brasserie DUBUISSON & FRERES

Brasserie DUPONT

Brouwerij DUVEL MOORTGAT n.v.

Brasserie d'ACHOUFFE

Brouwerij DE KONINCK

Brouwerij LIEFMANS

E

Brasserie ELFIQUE

EUPENER Brauerei

Brouwerij EUTROPIUS

F

Brasserie des FAGNES

G

Brouwerij GIRARDIN

GRIMBERGEN ABBEY Brewery **NIEUW**

H

Brouwerij HAACHT n.v.

Brouwerij HET ANKER

Brouwerij HET NEST

Brouwerij HUYGHE

J

Brouwerij JACOBS

Brasserie de JANDRAIN-JANDRENOUILLE

Brasserie JOHN MARTIN

L

Brasserie LEFEBVRE

LEROY Breweries

Brouwerij HET SAS

Brouwerij VAN EECKE

Brasserie de la LESSE

Brasserie de la LIENNE

Brouwerij LINDEMANS n.v.

Brasserie LUPULUS

M

Brouwerij MAENHOUT

Brouwerij MALHEUR

Brasserie de MARSINNE

Brouwerij MARTENS n.v.

Brasserie MINNE

N

Brasserie artisanale de NAMUR

O

Brouwerij OMER VANDER GHINSTE

Brasserie d'ORVAL s.a.

P

PALM n.v. – Royal Swinkels Family Brewers Belgium

Brouwerij PALM

Brouwerij RODENBACH

R

Brasserie de ROCHEHAUT **NIEUW**

Brouwerij ROMAN n.v.

Brasserie artisanale de RULLES

S

Brasserie SAINT-FEULLIEN s.a.

Brouwerij SAKO

SCHELDEBROUWERIJ bvba

Brasserie de la SENNE

Brasserie de SILLY s.a.

Brouwerij SINT-BERNARDUS

Brouwerij SINT-SIXTUS

Brouwerij SLAGHMUYLDER

Brouwerij STANIUM

Brouwerij STOKHOVE BVBA

Brouweij STRUBBE

T

TERREST Brewery **NIEUW**

Brouwerij THE MUSKETEERS

Brouwerij TIMMERMANS n.v.

Brasserie des TRAPPISTES DE ROCHEFORT s.a.

V

Brasserie VALDUC-THOR

Brasserie du VAL DE SAMBRE

Brouwerij VAN DEN BOSSCHE

Seizoensbrouwerij VANDEWALLE

Kasteel Brouwerij VANHONSEBROUCK bvba

Brouwerij VAN STEENBERGE n.v.

Brouwerij VBDCK

Brouwerij VERHAEGHE n.v.

Brouwerij VISSENAKEN

W

Brouwerij WILDEREN



Belgische Brouwers vzw

Brouwershuis

Grote Markt 10, B-1000 Brussel

+32 (0)2 511 49 87

info@belgianbrewers.be

www.belgianbrewers.be

BE0552 705 208 - RPR Brussel

Risico's verbonden aan voorspellingen en verklaringen die door Belgische Brouwers in deze publicatie zijn opgenomen, evenals verwijzingen naar deze publicatie in andere schriftelijke of mondelinge verklaringen die gaan over toekomstige verwachtingen inzake activiteiten, gebeurtenissen en strategische ontwikkelingen zijn voorspellingen en houden aldus risico's en onzekerheden in. De gecommuniceerde informatie heeft betrekking op de op dit ogenblik beschikbare informatie, hetgeen kan verschillen van de uiteindelijke resultaten. Factoren die een afwijking tussen verwachting en realiteit kunnen veroorzaken zijn: een veranderende micro- of macro-economische context, wijzigende marktsituaties, gewijzigd concurrentieel klimaat, ongunstige uitspraken inzake gebruik van alcohol, bevoorradingsproblemen met leveranciers, evenals alle andere factoren die een impact kunnen hebben op de sector.

Belgische Brouwers neemt geen enkele verbintenis inzake toekomstige berichtgevingen die een invloed zouden kunnen hebben op het resultaat van de sector of een afwijking kunnen veroorzaken ten opzichte van vooropgestelde vooruitzichten opgenomen in deze publicatie of andere communicatie, zowel schriftelijk als mondeling.