

Leuven, 7 januari 2010- 1/2

## **AB InBev kondigt intentie aan om organisatie in België aan te passen**

### **INTENTIE TOT REORGANISEREN VAN DE STRUCTUUR EN ACTIVITEITEN VOOR EEN STERKERE COMMERCIELE FOCUS EN TOEKOMSTIG SUCCES**

Als antwoord op de wijzigende marktomgeving en om haar commerciële focus te versterken, kondigde AB InBev vandaag de intentie aan om haar activiteiten in België te reorganiseren. De vooropgestelde initiatieven zouden voornamelijk betrekking hebben op:

- Het optimaliseren van de Belgische verkoopsactiviteiten en -processen om het hoofd te bieden aan de dalende volumes en veranderende consumptietrends.
- Een efficiëntere organisatie en centralisatie van ondersteunende diensten, die een betere focus op de kernactiviteiten zouden toelaten op lokaal niveau.

De aangekondigde intenties zouden kunnen resulteren in een mogelijke netto reductie van 263 banen op een totaal van meer dan 2700, waarvan 93 bedienden, 73 kaderleden en 97 arbeiders. De mogelijke veranderingen zouden AB InBev toelaten om haar positie als modern consumentengoederenbedrijf, met een verhoogde consumenten- en klantenfocus, verder uit te bouwen, zodat het succes van het bedrijf op lange termijn verzekerd zou worden.

### **Gestroomlijnde, flexibele lokale organisatie en sterkere commerciële focus voor lange termijn succes**

AB InBev is er de laatste jaren in België in geslaagd om de volumes van "focus brands" of belangrijkste merken als Jupiler en Leffe te vrijwaren, evenals om haar marktaandeel te doen groeien. De voorbije drie jaar lanceerde het bedrijf niet alleen zeven nieuwe bieren maar ook een aantal nieuwe verkoop- en marketingprogramma's. Dit dankzij efficiënte manieren van werken, een strikt kostenbeheer en de herverdeling van middelen in verkoop, marketing en productie.

De Belgische biermarkt blijft echter dalen. De consumptie per inwoner daalde van 99 liter in 2000 naar 82 liter in 2008, wat een daling is van bijna 20%. Ook in de eerste negen maanden van 2009 kenden de volumes van AB InBev in België een verdere daling met 1,7%, waarmee het bedrijf het weliswaar lichtjes beter deed dan de markt in het algemeen. Bovendien is ook de biersector, ondanks het feit dat bier traditioneel gezien een stabiel product is in economisch mindere tijden, niet immuun voor het algemeen economisch klimaat. Naast een dalende consumptie, drinken consumenten tot slot ook anders: ze kiezen vaak voor andere biertypes, zoals premium en speciaalbieren, en genieten van hun bier op andere plaatsen, momenten en gelegenheden, zoals thuis of tijdens vrijetijdsactiviteiten.

Deze veranderende consumptiepatronen bieden zowel uitdagingen als kansen. Uitdagingen aangaan en kansen grijpen, vraagt verandering.

Om het lange termijn succes van de lokale activiteiten en haar marktpositie in België te verzekeren, zou AB InBev moeten evolueren naar een meer gestroomlijnde, flexibele en commercieel gefocuste organisatie, met een verhoogde consumenten- en klantengerichte aanpak en structuur. In dit kader werd een intentie aangekondigd om de Belgische verkoopsactiviteiten en -processen te optimaliseren om aldus een antwoord te bieden op de structurele marktdaling en de veranderende consumptietrends.

Een meer gestroomlijnde en flexibele structuur en een verhoogde focus op de kernactiviteiten van het bedrijf – namelijk het produceren, verkopen en verdelen van bier – zou ook meer samenwerking tussen landen vereisen, bijvoorbeeld in domeinen als marketing en trade marketing, evenals de centralisatie van een aantal ondersteunende en back-office activiteiten, waaronder financiën, aankoop en verkoopondersteunende activiteiten. Deze vooropgestelde manier van werken zou ook de efficiëntie van onze activiteiten op lokaal niveau verbeteren.

**Leuven, 7 januari 2010- 2/2**

De intenties met betrekking tot een optimalisering van de Belgische verkoopactiviteiten, een efficiëntere organisatie en centralisatie zouden kunnen leiden tot de reductie van maximum 189 banen binnen de huidige organisatie, waarvan 46 arbeiders, 88 bedienden en 55 kaderleden. Parallel zouden 40 posities gecreëerd worden, onder andere in de nieuwe gecentraliseerde televerkooporganisatie en het nieuw te creëren Customer Service Center in Leuven.

### **Intentie om productieactiviteiten Diekirch over te brengen naar Jupille en Leuven**

In lijn met de wereldwijde maatstaven van het bedrijf, heeft AB InBev de intentie om een beperkt aantal initiatieven op te zetten om de productiviteit van zowel de brouwerijen als de logistieke activiteiten verder te verbeteren.

Deze intenties met betrekking tot een verdere verbetering van de productiviteit zouden een impact kunnen hebben op de werkgelegenheid voor maximum 114 werknemers in België, waarvan maximum 51 arbeiders, 40 bedienden en 23 kaderleden.

In het kader van een herziening van de productieactiviteiten in de Benelux, werd vandaag ook de intentie aangekondigd om de productieactiviteiten van de Diekirchbrouwerij (Luxemburg) te verhuizen naar de brouwerijen in Jupille en Leuven.

### **Overleg en engagement om elke verandering op een sociaal verantwoorde manier door te voeren**

Alle bevoegde ondernemingsraden in België zijn op de hoogte gebracht van deze intenties en de mogelijke impact ervan op het tewerkstellingsniveau. De intenties zullen het onderwerp zijn van overleg met de sociale partners binnen het bedrijf. AB InBev blijft zich ertoe verbinden om elke mogelijke verandering op een sociaal verantwoorde manier door te voeren en om een constructieve dialoog met de werknemers en sociale partners te onderhouden. AB InBev verbindt zich er eveneens toe om zo veel mogelijk alternatieve tewerkstellingsoplossingen te vinden voor de potentieel betrokken medewerkers.

Eric Lauwers, BU President verantwoordelijk voor België, zegt: "*Verandering is nooit eenvoudig, maar het is onze verantwoordelijkheid om onze organisatie aan te passen zodat we een antwoord kunnen bieden op de markevoluties en de consumententrends. We dienen te focussen op onze kernactiviteiten in België – het produceren, verkopen en verdelen van bier – en te werken met een meer gestroomlijnde en flexibele structuur. Dit zou ons toelaten om de uitdagingen het hoofd te bieden en de geboden kansen te grijpen die gelinkt zijn aan de veranderingen in het consumentengedrag. We blijven ons ertoe verbinden om middelen te herinvesteren in onze verkoop-, marketing en productieactiviteiten en om een nieuwe dynamiek in de biermarkt te brengen. De mogelijke initiatieven zouden ons helpen om de lange termijn toekomst van het bedrijf in onze thuismarkt te vrijwaren*".

### Perscontact :

Karen Couck, InBev België, 016 27 69 65  
Natacha Schepkens, InBev België, 016 27 67 53