

Il Gruppo HEINEKEN nel mondo



Fondato **nel 1864 ad Amsterdam**, quando Gerard Adriaan Heineken acquistò la birreria De Hooiberg, una fabbrica di Amsterdam attiva dal 1592, il [Gruppo HEINEKEN](#) ha una lunga e orgogliosa storia che dura da oltre 150 anni. Grazie alla sua intraprendenza, visione e determinazione, nel tempo la famiglia Heineken è riuscita a trasformare l'azienda nel **maggiore produttore di birra in Europa**, oggi leader nella produzione e commercializzazione di birra

premium.

Con **80.000 dipendenti e 165 siti produttivi dislocati in più di 70 Paesi**, oggi HEINEKEN è il Gruppo birrario che più di ogni altro al mondo può vantare una presenza così capillare sul mercato globale.

HEINEKEN oggi conta un portfolio di **oltre 300 brand**, è al primo posto tra i produttori di birra in Europa e il secondo al mondo per ricavi. Grazie alle acquisizioni, il Gruppo sta continuando ad aumentare la propria crescita e la propria presenza anche nei mercati emergenti.

HEINEKEN è un'azienda orientata verso il futuro e **l'innovazione è il suo tratto distintivo**, un fattore imprescindibile per la crescita del business e allo stesso tempo una sfida nel far evolvere una bevanda che ha più di 6.000 anni ed è legata alla tradizione e all'originalità della ricetta.

Per HEINEKEN innovare significa:

- ideare e lanciare sul mercato nuove categorie merceologiche, in modo da raggiungere nuovi segmenti di consumatori potenziali e quindi contribuire ad ampliare il mercato della birra;
- proporre nuove modalità di consumo;
- favorire il mantenimento dell'occupazione, stimolare investimenti in linee produttive, marketing e comunicazione.

Le persone sono il cuore della nostra azienda: crediamo che la nostra forza risieda nella fiducia, nella diversità e nel progresso; promuoviamo il consumo responsabile e ci impegniamo costantemente a migliorare l'impatto che abbiamo sul pianeta.

Tutti questi valori e questi impegni sono racchiusi all'interno di "[Brewing a Better World](#)", il piano decennale di sostenibilità di HEINEKEN che si pone l'obiettivo di creare valore per la nostra azienda, gli stakeholder, le comunità in cui operiamo e l'intero pianeta.

Nel 2019 HEINEKEN ha venduto a livello globale **241.4 milioni di ettolitri di birra**, con un fatturato consolidato pari a 23,9 miliardi di Euro.

HEINEKEN Italia

HEINEKEN è in Italia da oltre 40 anni, dall'acquisizione di Birra Dreher e del birrificio di Massafra nel 1974: da allora abbiamo continuato investire in Italia, ampliando sempre di più la nostra filiera produttiva. La nostra [timeline](#).



Oggi siamo presenti attivamente sul territorio con [i nostri 4 birrifici](#) di **Comun Nuovo**, **Pollein Assemini** e **Massafra**: questa presenza così articolata su tutto il territorio nazionale consente ad [HEINEKEN Italia](#) di supportare un modello che punta all'integrazione e alla massima vicinanza fra birrificio e luogo di consumo, in modo da garantire la massima freschezza del prodotto e a tutela dell'ambiente.

Al centro delle strategie di HEINEKEN Italia **innovazione e sviluppo rivestono un ruolo cruciale**. L'Italia in particolare, all'interno del Gruppo è il Paese dove maggiormente vengono proposte e testate le innovazioni che verranno poi immesse sul mercato: la curiosità, il gusto e la propensione degli italiani verso scelte di eccellenza fanno sì che a livello mondiale il nostro Paese venga scelto per il lancio di nuovi prodotti che possano creare nel tempo nuovi trend. Tra le nuove categorie di prodotto sono state introdotte le Radler, mentre nell'anno di **EXPO Milano 2015**, di cui Birra Moretti è stata Official Beer Partner, sono state create "[Le Regionali](#)", dedicate all'unicità delle tradizioni del nostro paese. Nel 2018 è arrivata anche in Italia [Heineken 0.0](#), la nuova birra analcolica nata per rispondere alle esigenze di un consumatore sempre più attento al benessere senza rinunciare al gusto e al piacere di una buona birra. Per quanto riguarda le nuove modalità di consumo, a fine 2013 è stato lanciato [THE SUB](#), in anteprima mondiale proprio in Italia, mentre nel 2015 è arrivata sul mercato [Heineken® MINI](#), la prima birra in bottiglia da 15 cl per soddisfare e stimolare nuove occasioni di consumo.

Nel 1989 HEINEKEN costituisce [Partesa](#), azienda specializzata in servizi di vendita, distribuzione, consulenza e formazione per il canale Ho.Re.Ca, che opera su tutto il territorio nazionale con **47 centri logistici** e gestisce un'attività distributiva di **oltre 10.000 prodotti**.

In Italia il Gruppo comprende anche [Dibevit Import](#), società attiva nell'importazione e nella distribuzione di **birre speciali da tutto il mondo**, acquisita nel 2003. Nel 2017 Dibevit Import ha acquisito il **birrificio HIBU**, eccellenza lombarda con sede a Burago di Molgora (MB) fondata nel 2007 dal mastro birraio Raimondo Cetani. Una realtà che oggi conta oltre 30 etichette tra Birre Perenni, Stagionali, Fugaci e Speciali.

I [principali marchi](#) del Gruppo in Italia sono: [Heineken®](#), l'iconica bottiglia verde con la stella rossa apprezzata ovunque dal 1873, [Birra Moretti](#), nata nel 1859 e prodotta ancora con il processo originale, [Ichnusa](#), l'orgoglio dell'anima sarda, [Dreher](#), la prima a entrare a far parte della nostra famiglia, e [Birra Messina](#), dal 1923 qualità e passione di una terra unica.

I nostri numeri



Produciamo ogni anno **più di 6 milioni di ettolitri** di birra nei nostri quattro birrifici di Comun Nuovo (BG), Pollein (AO), Massafra (TA) e Assemini (CA).



Siamo il primo produttore di birra in Italia con il **30,8% di quota di mercato** (Fonte: Annual Report 2018 - AssoBirra).



In HEINEKEN Italia impieghiamo **oltre 3.000 persone**, di cui 2.000 direttamente e il nostro Gruppo dà lavoro a 30.000 persone considerando l'indotto retail, hospitality e fornitori.

I nostri valori: Enjoyment, Rispetto e Passione

HEINEKEN è l'unico grande Gruppo birrario mondiale di proprietà familiare e questo ha permesso di mantenere invariati negli anni i **valori alla** base del proprio business.

- **“Enjoyment”**, che racchiude l'idea di divertimento e gioia di vivere di cui fa parte anche l'idea di [consumo responsabile](#): è solo attraverso un consumo responsabile, infatti, che si può godere dell'Enjoyment, della gioia di vivere che costituisce per HEINEKEN un valore cruciale
- **“Rispetto”** verso gli individui, la società e il pianeta, concretamente rappresentato dal piano [“Brewing a Better World”](#), il piano globale di sostenibilità che coinvolge tutte le funzioni d'azienda:
- **“Passione”** per la qualità, che significa garantire una produzione di livello premium per andare incontro al gusto degli appassionati e degli intenditori e soddisfare un consumatore alla ricerca dell'eccellenza, promuovendo contemporaneamente la [cultura birraria](#).



[Il video istituzionale di HEINEKEN Italia](#)

Per informazioni

HEINEKEN Italia
Alfredo Pratolongo
Savino Dicorato
ufficio_stampa@heinekenitalia.it

BCW | BURSON COHN & WOLFE
Alessandra Bettelli
Tel. 02. 20239.374 – 346.7008540
alessandra.bettelli@cohnwolfe.com