



COMMUNIQUÉ DE PRESSE – 19 décembre 2015

Le 'Beer & nutrition Mediterranean Index' veut encourager un style de vie méditerranéen à base de produits belges

Un test vise à apprendre aux consommateurs comment adapter facilement leur style de vie en adoptant les principes méditerranéens

www.beermi.be évalue les habitudes alimentaires et de santé des Belges

LOUVAIN - Associer style de vie méditerranéen et produits alimentaires belges est parfaitement possible. C'est même recommandé, car selon le professeur Patrick Mullie, expert nutritionniste de renom, il est scientifiquement prouvé qu'un style de vie méditerranéen prolonge l'espérance de vie. Mais beaucoup de Belges ne croient pas ou ignorent qu'il est possible d'appliquer ce principe dans leur vie quotidienne, avec des produits de nos régions. C'est pourquoi AB InBev, en collaboration avec le professeur Mullie, lance la plate-forme d'information en ligne BMI, 'Beer & nutrition Mediterranean Index'. Les consommateurs peuvent ainsi vérifier dans quelle mesure ils vivent selon un style de vie méditerranéen. Ils y trouveront également de nombreuses recommandations et informations pratiques. Le site Internet décortique en outre les principaux mythes, croyances et préjugés des effets de la bière sur la santé.

Près de 2 Belges sur 3 sont d'avis que nous ne sommes pas assez fiers des produits de notre terroir et de nos régions. 72 % estiment qu'il faudrait leur accorder plus d'attention. Selon la moitié des répondants, ces produits locaux devraient également être plus facilement identifiables dans les rayons des magasins.

Pourtant, 1 Belge sur 4 estime que les produits du bassin méditerranéen sont plus sains que ceux cultivés en Belgique. Et 1 sur 3 pense que le vin fait partie d'un style de vie méditerranéen, mais pas la bière. 1 Belge sur 5 pense même que les ingrédients typiquement de chez nous, comme les chicons, poireaux, choux-fleurs ou choux de Bruxelles, ne correspondent pas à ce style de vie du Midi.

"Ces chiffres ne me surprennent pas", déclare le professeur Patrick Mullie. "Ils confirment le préjugé selon lequel le style de vie méditerranéen, vanté à juste titre, ne serait valable qu'avec des produits et denrées alimentaires originaires des pays du pourtour de la Méditerranée. De ce fait, beaucoup de gens préfèrent renoncer aux nombreux régimes et livres de recettes basés sur la cuisine méditerranéenne. Or la clé de voûte de ce style de vie, ce ne sont pas les produits, mais la consommation de fruits et légumes frais et locaux, de poissons gras, de volaille, de noix, d'huile végétale, de viande et de produits laitiers (pour ces deux derniers, avec modération) ainsi que l'activité physique et le repos en suffisance. Un verre de bière y tient parfaitement sa place. Pour l'homme et l'environnement tout cela est encore mieux avec nos produits nationaux."

Près de 60 % des Belges interrogés sont persuadés que la cuisine méditerranéenne est surtout basée sur l'huile d'olive. Plus de la moitié ignorent que la bière se marie aussi bien que le vin à un repas. Les croyances selon lesquelles l'huile d'olive et le vin rouge appartiennent au style de vie méditerranéen sont tenaces.

Il existe d'autres préjugés et mythes à propos de la bière. Ainsi, plus d'une personne sur trois pense que la bière est plus calorique que le vin, 61 % déclarent qu'elle fait grossir, 1 sur 5 qu'elle contient plus de sucre qu'un soda ou cola et plus de 1 sur 10 affirment que la bière compte plus de matières grasses que le chocolat. Alors que, comme le prouvent les illustrations, c'est tout à fait l'inverse (cfr. Infographique).

"On constate un grand besoin d'informations mieux étayées scientifiquement et d'actions de sensibilisation sur ce qui compose ou pas un style de vie sain et équilibré. C'est pourquoi nous lançons le site Internet www.beermi.be. Les consommateurs y trouvent tous les renseignements utiles pour intégrer les principes méditerranéens à leur alimentation, à partir de produits de nos régions. À l'aide de leurs résultats BMI, ils peuvent vérifier dans quelle mesure ils respectent un style de vie équilibré. Les recommandations concrètes du professeur Mullie sont de précieuses indications pour rectifier le tir et améliorer leur mode de vie", explique Philippe Vandeuken, Legal & Corporate Affairs Director Benelux chez AB InBev. L'initiative vise également à démentir de nombreux mythes et rumeurs. La bière est non seulement moins calorique qu'on le pense, mais une consommation modérée lui accorde même une place légitime dans un schéma alimentaire équilibré, selon le Prof. Mullie.

* Le bureau d'études indépendant IPSOS a exécuté une enquête pour le compte d'AB InBev auprès d'un échantillon représentatif de 1017 Belges, afin de sonder leur perception et leurs connaissances du style de vie méditerranéen associé à la consommation de bières et de produits belges locaux.

Contact de Presse InBev Belgique

Korneel Warlop – Porte-parole

0479 92 46 43 – media.relations@ab-inbev.com

À propos d'InBev Belgium

Les origines d'InBev Belgium remontent à 1366 à la brasserie Den Hoorn, établie à Louvain. En 1987, Interbrew a été créée par la fusion des brasseries belges : Artois (Leuven) et Piedboeuf (Liège-Jupille). Interbrew se trouve à la base d'InBev, née de la combinaison d'Interbrew avec l'entreprise brésilienne AmBev en 2004. En 2008 InBev et Anheuser-Busch forment Anheuser-Busch InBev, le brasseur leader mondial. L'entreprise bénéficie d'une grande tradition où le savoir-faire, la qualité, l'innovation et le service aux consommateurs et partenaires ont toujours été au centre des activités. Notre Rêve collectif est d'être la Meilleure Entreprise Brassicole qui Unit les Gens pour un Monde Meilleur. InBev Belgium est leader du marché dans son propre pays. Les principales marques belges sont Stella Artois®, Jupiler®, Leffe®, Hoegaarden® et Belle-Vue®. InBev Belgium vise également à fournir au marché belge de la bière une nouvelle dynamique grâce à une approche équilibrée où tradition et innovation sur base de préférences de consommateur sont complémentaires et où le savoir-faire et la qualité forment le fil rouge. Des innovations récentes couronnées de succès incluent les derniers-nés dans la famille Leffe Royale- Leffe Royale Cascade IPA (7,5%) (2015), Leffe Royale Mapuche (7,5%) (2015) et Leffe Royale Whitbread Golding (7,5%) (2015)-, Hoegaarden Radler Agrum (2%) (2015), Hoegaarden Radler Lemon & Lime (2%) (2015) et Cubanisto (5,9%) (2014). Pour plus d'informations vous pouvez consulter : www.ab-inbev.be.