



Heineken in Africa

Brewing a Better Continent?

Olivier van Beemen



Introduction: Heineken?

- **World's nr. 2 beer company behind AB Inbev (SAB), based in Amsterdam**

- **Revenue € 26.5 billion, net profit € 2 billion (2021)**
(2019: revenue € 28 billion, net profit 2.5 billion)

- **Heineken: most international beer brand in the world**

- **Biggest markets: Mexico, Vietnam, Nigeria**

- **Other Heineken brands: Amstel, Windhoek, Primus, Star, Mützig, Windhoek, Desperados and 300+ others**

- **Manufacturer of Coca Cola products on some African markets**

The idea for this investigation

- A lie in Tunisia during the Arab Spring (2011)

Heineken is in Tunis 'het bier van de macht'

Olivier van Beemen
Gromballa/Tunis

Heineken blijkt in Tunesië banden te hebben met het oude regime, maar zegt dat niet te hebben geweten. Daarover bestaat echter twijfel.

Gromballa oogt als een rustig Tunesisch provinciestadje te midden van wijngaarden en olijfbomen, veertig kilometer ten zuiden van de hoofdstad Tunis. Toch vonden ook hier protestmensen plaats tegen dictator Zine el-Abidine Ben Ali. Een afgebrande supermarkt van de Franse winkelketen Carrefour is de stille getuige van plunderingen en vandalisme.

Net buiten de stadsgrens staat sinds 2008 achter een hoge witte muur brouwerij Sonobra, joint venture van de Tunesische zakenman Saïd Boujbel en Heineken. 's Ochtends komen de werknemers binnendruppelen, sommigen met Heineken-rugzak of -petje.

Sinds de val van Ben Ali houdt een soldaat de wacht. De fabriek was, evenals een depot van Heineken, doelwit van plunderingen. De huilt bestond uit drankvoorraden ter waarde van € 50.000. In het depot werd ook brand gesticht.

De productie van de brouwerij, die korte tijd stillag en vorige week volgens werknemers van Heineken in Tunesië ook werd getroffen door een staking tegen lage lonen, is volgens woordvoerder John Clarke van Heineken nu weer op het niveau van voor de opstanden. Clarke ontkent dat er een staking heeft plaatsgevonden.

Of de plunderingen een uiting zijn van vandalisme en diefstal, of dat ze specifiek gericht zijn tegen het merk Heineken, is niet met zekerheid vast te stellen. Duidelijk is wel dat de meeste recente plunderingen niet voortkwamen uit willekeur, maar gericht waren tegen bedrijven gelieerd aan de familieleden van de president en zijn gehate echtgenote Leïla Trabelsi.

Zo moesten diverse filialen van Franse ketens als Carrefour, Monoprix en Géant (onderdeel van Casino) het ontgelden. Alle onderhielden volgens Le Monde nauwe banden met Ben Ali's familie. Ook



De Heineken-brouwerij (niet op de foto) in het Tunesische Gromballa was doelwit van plunders.

Foto: Olivier van Beemen

Mercedes en Fiat en telecombedrijf Orange deden zaken met de familieclan, aldus Le Monde.

Heineken is minder direct gelieerd aan de clan dan dat rijtje bedrijven, maar staat bij kritische Tunesiërs toch bekend als 'het bier van de macht'. Dat imago dankt het merk aan Rym, de echtgenote van Boujbel en een nicht van Leïla Trabelsi. Zij is, net als veel andere familieleden, gearresteerd. Boujbel zelf is op vrije voeten. Heineken claimt niet te hebben geweten dat Boujbel deel uitmaakte van de presidentiële clan, toen het bedrijf in 2006 een contract tekende met de zakenman.

'Onbegrijpelijk', vindt journalist Khaled Boumiza. 'Boujbel liet zich erop voorstaan dat hij was getrouwd met Rym en daardoor connecties had met de Trabelsi's. Ik kan me niet voorstellen dat een multinational als Heineken niet

een paar telefoontjes pleegt om te vragen met wie het zakendoet en wie zijn relaties zijn.'

Ook ontkent de brouwer zakelijk voordeel te hebben gehad bij de samenwerking. Een bron op het hoofdkantoor van Heineken in Tunis, die naar eigen zeggen goed op de hoogte is dankzij goed contact binnen de directie, zegt echter dat er 'duwtjes in de rug zijn geweest' dankzij Leïla Trabelsi. 'We werden lange tijd gedwarsboemd voordat we een brouwlicentie kregen. Dankzij de methode-Trabelsi konden we toch aan de slag.'

'Leïla Trabelsi slaagde erin het monopolie van brouwer SFBT te doorbreken. Zij wilde dat er meer concurrentie zou ontstaan. Maar het is niet alleen het feit dat Boujbel goede contacten heeft, dat Heineken deed besluiten met hem in zee te gaan. Het waren ook de hotels die hij in zijn bezit had, die

de distributie vergemakkelijkten.'

SFBT, de concurrent van Heineken in Tunesië, staat onder leiding van de rijke zakenman Hammadi Bousbia. Naar eigen zeggen heeft hij 94 à 95% van de markt in handen en Heineken de rest. Heineken claimt een aandeel van 10%.

SFBT brouwt het lokale bier Celtia en de merken Löwenbrau en Beck's. Ook lokaal verhandelde frisdrank van Coca Cola, in tegenstelling tot eerdere berichtgeving wel actief op de Tunesische markt, wordt gebotteld door SFBT.

Aanvankelijk zou ook Heineken een partnerschap aangaan met

Heineken kon dankzij de methode-Trabelsi in Tunesië aan de slag, aldus een bron op het hoofdkantoor in Tunis

Bousbia. Hij vertelt dat zijn bedrijf na een investering van ruim 4 mln dinar (€ 2,2 mln) klaar was om Heineken te brouwen, maar dat het aan het ministerie van handel was te wijten dat een verplichte prijs-homologatie (een vastgestelde minimumprijs) uitbleef.

Toen Heineken eenmaal was overgestapt naar Boujbel, kwam die homologatie er wel. Een woordvoerder van het ministerie bevestigt dat Sonobra die direct na aanvraag kreeg en dat SFBT in het verleden ook een aanvraag heeft gedaan, die niet is ingewilligd.

Volgens Bousbia komt dat doordat het ministerie Boujbel 'sympathieker' vond. Op de vraag of dat te maken heeft met de familiebanden van Boujbel, antwoordt Bousbia lachend: 'Hij is sympathieker.'

En daarna: 'Het zijn revolutionaire tijden en ik wil nu niet het achterste van mijn tong laten zien.

Alcohol en Islam

Bier als kleine zonde

Tarek Hamami drinkt elke dag wel een biertje. 'Voor de islam maakt dat niet zoveel uit', zegt de Tunesische advocaat, die zichzelf als niet-praktiserende moslim beschouwt. 'Het is misschien een zonde, maar in de Koran staat dat je niet dronken mag worden en dat doe ik niet. Ik vind de moordlustige salafisten (radicale moslims, red.) die claimen het pure geloof te belijden, grotere zonden dan ik.'

Zijn landgenoten, van wie 98% moslim is, hebben daar volgens hem weinig moeite mee. Hoewel veruit de meeste Tunesiërs zelf niet drinken, staan ze tolerant ten opzichte van alcoholconsumptie. 'Er geldt hier een strikte scheiding tussen kerk en staat. Religie is een privézaak, net als bier drinken', zegt Hamami.

Hij is een van de drie klanten van Monseigneur, een soort nachtclub aan de Rue de Marseille in Tunis, waar normaal gesproken buikdansers optre-

den op de klanken van oosterse muziek. De avondklok heeft manager Hamdi Mouez doen besluiten om het etablissement tijdelijk overdag tussen tien en vijf uur te openen, om toch nog iets aan inkomsten te genereren.

Cafés zoals in Europa kent Tunesië niet. Een belangrijk deel van de afzetmarkt voor alcoholische dranken bestaat uit hotels en restaurants die vooral toeristen trekken. Buiten de horeca zijn bier en wijn uitsluitend te koop bij speciale distributeurpunten, niet in de supermarkt.

Het lokale bier Celtia is zonder uitzondering het favoriete merk van een tiental ondervraagde Tunesiërs achter en voor de bar. 'Wij houden hier niet zo van Heineken', zegt Hamami. 'Dat wordt gemanipuleerd door de clan van Trabelsi's', zegt hij, zonder dat het FD in die richting vraagt. Daarbij is het bier volgens Hamami duurder en minder lekker dan Celtia.

Ik wil goede relaties houden met Heineken, want de deur staat open als het op een dag alsnog met ons zaken wil doen.'

Heineken zegt zelf juist veel samenwerking te hebben ondervonden van de Tunesische autoriteiten. Volgens de woordvoerder waren er problemen met energie, gas, water en grond en bouwvergunningen. Dat zou het resultaat zijn van de weigering van de bierbrouwer in te gaan op een aanbod tot samenwerking van een hooggeplaatst lid van de presidentiële familie. Clarke wil niet zeggen om wie het gaat.

Heineken zegt behalve om de hotels ook voor Boujbel te hebben gekozen omdat hij een microbrouwerij bezat en frisdranken produceerde. Bousbia snuift de brouwerij van Boujbel weg.

'Bierkennis dankzij een microbrouwerij? Dat was hij tot dan toe

brouwde, kun je moeilijk bier noemen', zegt hij. 'Wij zijn de professionals in Tunesië en kennen de markt. Bovendien bezat hij toen nog niet zoveel hotels en vielen de distributievoorwaarden dus tegen.'

Hij zegt te vermoeden dat de voordelen die Heineken heeft genomen, niet aanzienlijk zijn. 'Het is eerder zo dat zij zijn behandeld zoals het zou horen, terwijl wij werden tegengewerkt', zegt hij. 'Maar het is een groot merk als Heineken onwaardig dat het zich met die mensen inlaat.'

Een afspraak met Boujbel in een van zijn hotels wordt op het laatste moment afgeblen. Hij zegt een noodgeval te hebben op het eiland Djerba, waar hij zeker tien dagen moet blijven. Telefonisch onderzoek is onmogelijk. 'Ik heb op dit moment andere prioriteiten', zegt Boujbel. 'Misschien heb ik half februari nog een gaatje voor u.'

The investigation

- 6+ years
- More than 400 interviews
- In 13 African countries (focus on local investigation)
- Research in archives + academic literature
- Internal documents / USB-drives
- A case-study, not my purpose to single out Heineken

Heineken's narrative for Africa

- Good for development and economic growth
- 'An island of perfection in a sea of misery'
- 'Brewing a Better World', 'Growing Together in Africa'



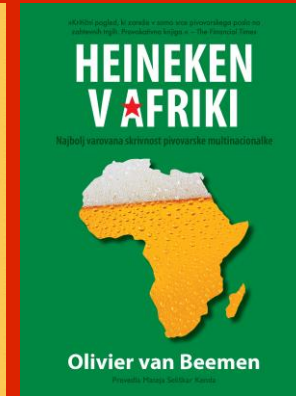
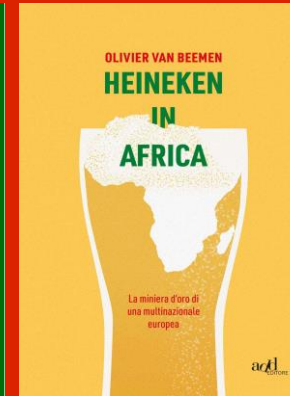
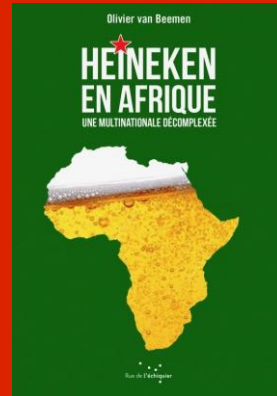
Heineken's footprint in Africa

Subsidiaries & joint-ventures

Algeria
Tunisia
Egypt
Ivory Coast
Sierra Leone
Nigeria
Ethiopia
DR Congo
Congo-Brazzaville
Rwanda
Burundi
Mozambique
Namibia
South-Africa



Books & stories



- The Guardian
 - BBC
 - Financial Times
 - El País
 - Le Monde
 - Africa is a Country
 - France 24
 - Mediapart
 - RFI
 - L'Express
 - TV5
 - Mail & Guardian
 - Huffington Post
 - NPR
 - NRC
 - Volkskrant
 - NPO tv/radio
 - La Stampa
- (→ video)

A commercial success story

- 'Our own beer since 1949' - not perceived as intruder
- Local brands, range of products



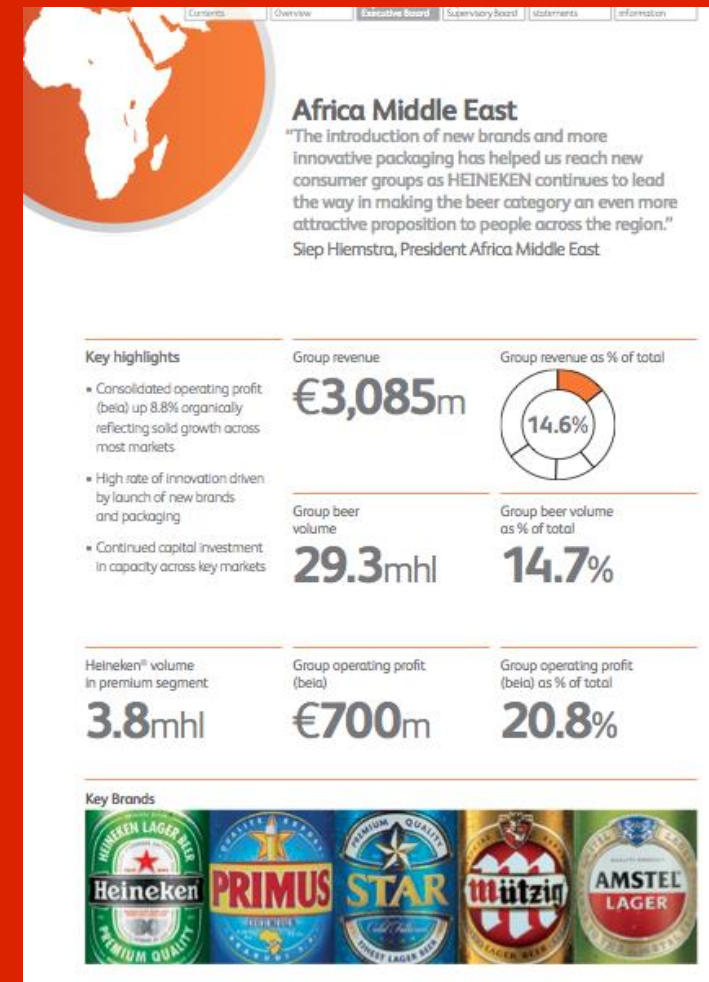
The importance of Africa

- Continent of the future: 'rising Africa'
- But also: long and profitable history
- Now: great business

Latest available results:

Global revenue	14,6%
Global volume	14,7%
Global profits	20,8%
Africa vs world	+ 42%

- Learning school for future executives (Kinshasa/Lagos): 'If you can make it there, you can make it anywhere'



Some major findings

- **Fraud, corruption, tax avoidance**
- **Collaboration with dictators: alleged complicity in crimes against humanity**
- **Sexual abuse of 'promotion women'**
- **Controversial marketing**

(→ video)



Meestal raken ze je aan
op intieme plekken...

Promotion women: no incident

- Problem known since early 2000s
- After revelations: same measures as 15 years ago
- CEO: 'consensual love affair' with a promotion woman, '#MeToo western phenomenon'
- Heineken in March 2018: 'We will guarantee good working conditions, or else stop the activity'
- CEO after broken promise in November 2018: 'We're not responsible, we can't control everything'

Heineken in Burundi

- Poorest country in the world
- Authoritarian regime
- On the brink of civil war
- More than 300,000 people in exile, 1,000s killed, tortured or simply disappeared



The role of Heineken in Burundi

- Partnership Heineken (60%) - government (40%)
- 10% of GDP, more than 30% of tax revenues
- Heineken tax money → salaries of people who commit crimes against humanity
- Strategic Sales Depots (SSDs) to 'buy peace'
- Poorest country in the world, 17% of disposable income to alcohol and tobacco

Heineken and the elections of 2015

- President Nkurunziza wanted third term (unconstitutional)
- Final decision taken by Constitutional Court
- Judges offered bribes/positions
- Chairman of Constitutional Court → chairman at the board of Heineken Burundi

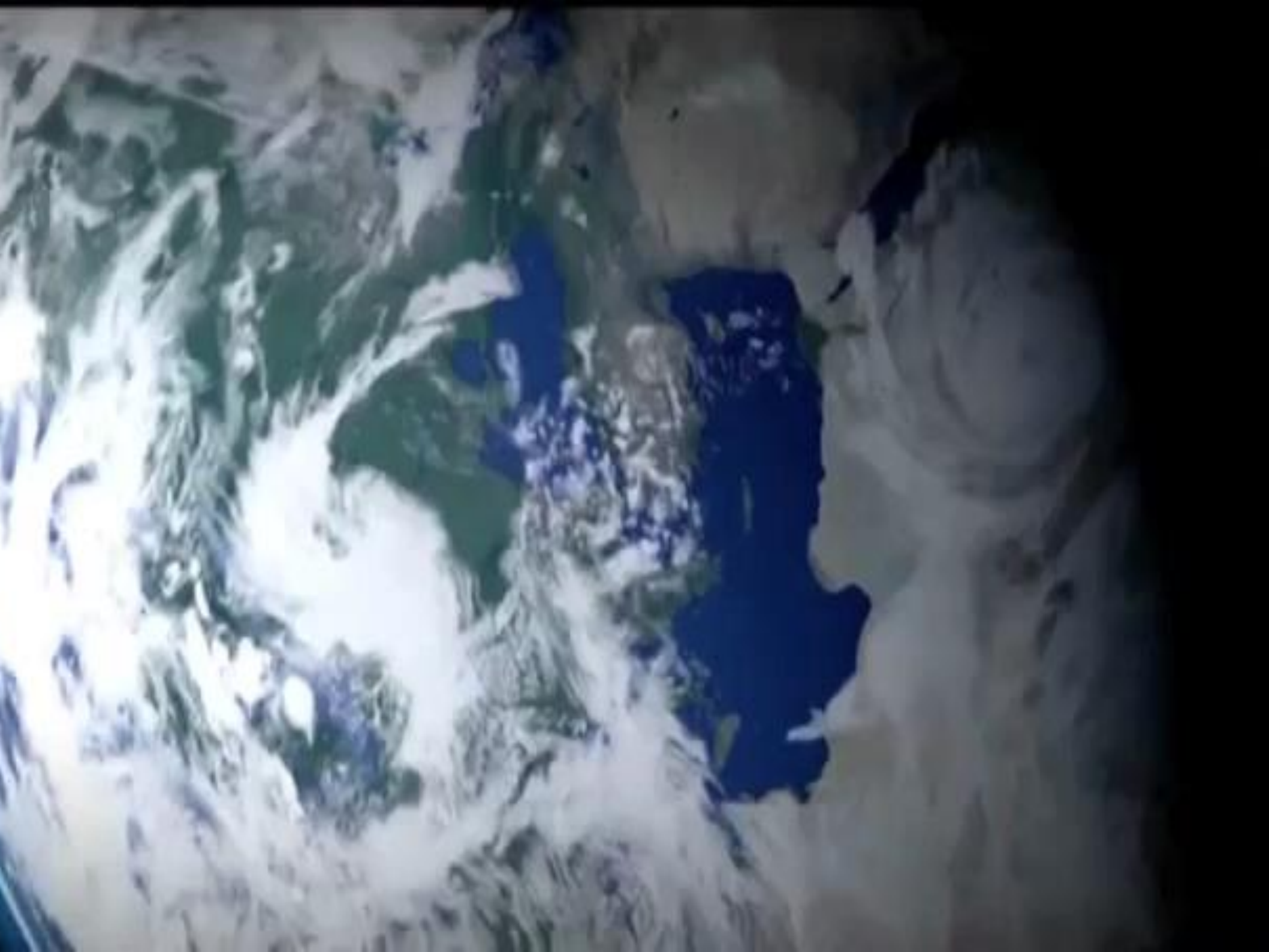
Controversial Marketing



Heineken's health claims

- "Beer & Health Conferences"
- Moderate consumption will prevent many diseases
- You will live longer
- You will be more beautiful (good for your skin)
- Part of a healthy life-style
- What is moderate consumption?

(→ video)



Marketing in Bukavu (DRC)



Impact

- **Divestment: ASN Bank**
- **Suspension of partnership: Global Fund to fight HIV, TB and malaria**
- **Compensation for a big group of laid-off workers in DR Congo**
- **Questions asked in Dutch and European Parliaments, motion voted to encourage multinationals to improve behaviour and look into possibilities of reclaiming subsidies**



Katinka van Cranenburgh
human rights manager for Heineken
on Dutch national television
(Tegenlicht, VPRO, 24/03/2019)

I had a bullshit job

(cf. David Graeber, 1961-2020)

(→ video)



THE DAILY SHOW
WITH TREVOR NOAH





Thank you!



@oli4vb



www.heinekeninafrica.com