

Dossier de presse
5 avril 2017



BRASSIVOIRE

**« Brassivoire, partenaire de la croissance ivoirienne.
Au cœur d'un nouveau projet industriel en Côte d'Ivoire. »**



Sommaire

- P3 : **Édito : « Brassivoire, un projet au cœur de la transformation industrielle ivoirienne »**
Richard Bielle,
Président-Directeur Général, CFAO
Jean-François van Boxmeer,
Président du Conseil d'Administration et PDG, HEINEKEN
- P4 : **Brassivoire participe à la création d'un tissu industriel inclusif**
La brasserie Brassivoire
Trois questions à Alexander Koch,
Directeur Général, Brassivoire
Les chiffres clés
Trois questions à Marc Bandelier,
Directeur Général, CFAO FMCG Industries & Distribution
- P8 : **De la production à la distribution, Brassivoire est un partenaire de la croissance ivoirienne**
La production de la bière en Côte d'Ivoire
La bière Ivoire, fierté nationale
et fer de lance de la stratégie de Brassivoire
- P10 : **La Côte d'Ivoire favorise l'émergence de nouveaux modèles industriels**
Trois questions à Roland Pirmez,
Président Afrique Moyen-Orient et Europe de l'Est, HEINEKEN
- P 12 : **Contacts**

« Brassivoire, un projet au cœur de la transformation industrielle ivoirienne »



Richard Bielle, Président-Directeur Général, CFAO

Jean-François van Boxmeer, Président du Conseil d'Administration et PDG, HEINEKEN

Les groupes HEINEKEN et CFAO savent à quel point l'impact de leurs opérations en Afrique peut être positif. Présents depuis plus d'un siècle sur le continent, nous n'avons cessé d'investir. Investir dans des installations industrielles, dans l'innovation mais aussi dans les hommes. Et, de ce fait, nous avons activement contribué à l'essor des économies locales.

Pour accompagner la transformation du continent et préparer dès aujourd'hui l'Afrique de demain, il est nécessaire de participer à la construction d'un tissu industriel. Voir ainsi aboutir un projet comme Brassivoire représente pour nous une grande fierté : nous avons bâti en seulement 13 mois une brasserie ultramoderne à Abidjan et de toute évidence, ce projet industriel majeur aura des conséquences bénéfiques pour toute l'économie du pays.

La Côte d'Ivoire est une puissance agro-industrielle de premier plan en Afrique et une terre d'accueil privilégiée des investissements internationaux. Nous avons scellé avec elle un partenariat de référence pour plus de croissance, plus de prospérité, plus d'avenir.

Notre empreinte couvrira la totalité de la chaîne de valeur et la contribution de Brassivoire à l'économie ivoirienne se veut la plus large possible : depuis les rizières ivoiriennes qui produiront le riz dont nous aurons besoin, jusqu'à la fabrication de nos produits

dans notre brasserie de pointe, en passant par nos réseaux de distribution d'Abidjan et dans tout le pays jusqu'à la vente de nos bières dans les grandes surfaces, dans les bars, les restaurants, les hôtels où nos consommateurs pourront les acheter et les déguster. Collaborateurs, fournisseurs, distributeurs, partenaires, agriculteurs... tous participeront à cette aventure. Et cela a déjà commencé : Brassivoire est au cœur d'un écosystème de création de valeur partagée.

HEINEKEN et CFAO s'engagent sur le long terme. Brassivoire bénéficie de la solidité d'une coentreprise soutenue par deux groupes qui se complètent et collaborent déjà depuis 20 ans avec succès en République du Congo, au sein de la société Brasseries du Congo (BRASCO).

En 2017, à Abidjan, nos deux groupes s'allient une nouvelle fois pour donner le meilleur des expertises de chacun. CFAO apporte ses capacités et son expertise des marchés locaux, HEINEKEN engage un savoir-faire brassicole de plus de 150 ans partout dans le monde. Ce modèle de partenariat crée de la valeur, de la croissance inclusive et apporte un plus grand choix à nos consommateurs.

Alors que nous nous réjouissons de l'accueil extrêmement chaleureux qui a été réservé à notre nouvelle bière Ivoire, nous sommes convaincus d'être sur la bonne voie !

1 Brassivoire participe à la création d'un tissu industriel inclusif

Première entreprise à s'être déployée sur la zone industrielle d'Anyama, au lieu-dit « PK24 », Brassivoire a construit, sur un site de 12 hectares, sa première brasserie équipée des technologies les plus modernes nécessaires à la production et l'embouteillage de bières de qualité.

Salle de brassage avec de faibles consommations en eau et énergie, méthodes de filtration écologique, lignes d'embouteillages ultramodernes... Autant d'équipements qui permettront à la brasserie de produire 1,6 million d'hectolitres par an, tout en répondant aux ambitions de développement durable du groupe HEINEKEN – Brewing a Better World.

Brassivoire se situe au cœur d'un projet industriel de grande ampleur : développer l'empreinte la plus inclusive sur l'ensemble de ses chaînes de valeurs, participer à une structuration complète de plusieurs filières agro-industrielles en Côte d'Ivoire.

Choix des matières premières, référencement des fournisseurs, des filières d'approvisionnement et du réseau de partenaires, emploi et formation des collaborateurs, distribution et consommation responsables... Brassivoire contribue en Côte d'Ivoire au maillage de l'industrie ivoirienne.

Brassivoire a bénéficié du savoir-faire d'HEINEKEN dans le monde, particulièrement en Afrique, pour la construction de sa brasserie. Très largement inspirée du modèle de la Brasserie de Kilinto (Éthiopie), celle d'Anyama a été construite en seulement 13 mois grâce à une gestion de projet très performante et une attention toute particulière portée à la sécurité.

Le groupe néerlandais a également mis à disposition de la brasserie son réseau d'experts internationaux de plus de 10 nationalités. Parmi eux, des ingénieurs et techniciens congolais, nigériens, tunisiens, français et brésiliens ont participé à la construction de la brasserie d'Anyama.

La situation géographique a été également un facteur clé. La présence du port d'Abidjan, l'un des plus grands d'Afrique de l'Ouest, à une heure de la brasserie, a facilité la logistique du chantier de construction.

Enfin, le soutien du gouvernement, combiné à l'efficacité des autorités ivoiriennes, a également contribué à maintenir le rythme élevé du projet, confirmant ainsi l'ambition de développement économique affichée du gouvernement et son appui aux investisseurs étrangers.



Trois questions à Alexander Koch, Directeur Général, Brassivoire



1/ Quelles sont les spécificités du marché de la bière en Côte d'Ivoire ?

Le marché de la bière ivoirien est à la fois très prometteur et très exigeant. Très prometteur car nous l'estimons pour 2016 à 2,6 millions d'hectolitres avec une consommation de bière de 11.8 litres par habitant. Il s'agit d'un niveau plutôt faible comparé à d'autres pays de la région, comme le Cameroun par exemple où la consommation y est d'environ 36 litres par habitant. Aux Pays-Bas, il est de 68 litres par habitant et par an. Par ailleurs, la Côte d'Ivoire connaît un fort développement économique ces dernières années avec une croissance de son PIB de 8% en moyenne. L'urbanisation y est grandissante, portée par l'apparition d'une classe moyenne et des indicateurs favorables pour le développement de nouvelles marques ou activités. Mais c'est un marché également très exigeant. Cette nouvelle classe moyenne, jeune et très connectée, souhaite désormais profiter de produits aux standards internationaux.

Nos consommateurs souhaitent avoir accès à des marques innovantes et de qualité. S'ils sont par ailleurs sensibles aux investissements et aux engagements internationaux en Côte d'Ivoire, ils veulent garder une identité forte, une fierté nationale de ce qui est produit ici, localement. Ils sont attachés à l'empreinte locale dégagée par une marque ou un projet : celle-ci doit être la plus inclusive possible. Au niveau industriel, mais aussi au niveau sociétal ou même marketing. Nos consommateurs veulent que nous nous adressions directement à eux. C'est pour cela que nous les avons associés à la création de notre nouvelle bière Ivoire.

2/ En quoi Brassivoire répond-elle à ces enjeux ?

Brassivoire est une réponse à un besoin tout à fait légitime de modernisation du marché de la bière. Les consommateurs de 2017 ne sont

plus ceux de 1997 et dans ce contexte, notre positionnement est clair : nous souhaitons devenir un partenaire de la croissance ivoirienne et proposer de nouveaux standards, en phase avec les nouveaux besoins des consommateurs ivoiriens. Nous offrons aux amateurs de bières un goût et une image renouvelés.

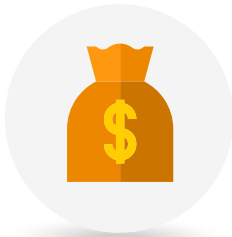
Brassivoire est bien plus qu'une brasserie. C'est un projet d'emploi, de création de valeur, qui touche plusieurs secteurs structurants pour l'économie ivoirienne, l'agroalimentaire bien sûr, mais aussi le transport et la logistique et donc son corollaire, les infrastructures, le commerce via les bars et la restauration... Cela nous oblige à une notion d'engagement et de responsabilité très importants, un challenge stimulant !

3/ Quelles bières vont être produites depuis la brasserie de Brassivoire ?

Dans un premier temps, nous nous concentrerons sur notre fleuron, la bière Ivoire. Née en Côte d'Ivoire, dans notre toute nouvelle brasserie d'Anyama il y a seulement cinq mois, Ivoire est quasiment devenue une fierté nationale. Brassée partiellement à partir de riz local, nous avons voulu offrir aux Ivoiriens une bière nouvelle au goût raffiné, pour célébrer l'esprit ivoirien moderne et innovant.

Après des débuts très prometteurs dans la capitale économique, nous poursuivons notre maillage du territoire ivoirien pour la proposer de la meilleure des façons sur l'ensemble du pays. Nous assurons également la présence en Côte d'Ivoire des marques Heineken® et Desperados, toutes les deux produites dans la plus grande brasserie d'Europe du Groupe HEINEKEN, basée aux Pays-Bas. Ce sont deux marques de qualité que nos consommateurs ivoiriens apprécient déjà.

Les chiffres clés



100 milliards
de FCFA d'investissement



Coentreprise
51% HEINEKEN
49% CFAO



1 chaîne de production
opérationnelle au démarrage de la brasserie.
Une 2^e chaîne prévue en 2017.



12 hectares
de superficie



60 distributeurs



3 bières de qualité
et innovantes : Ivoire,
Heineken® et Desperados



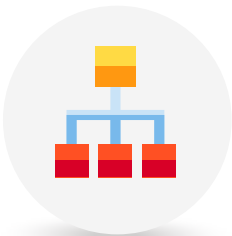
Capacité de production :
1,6 million
d'hectolitres produits
par an



200 collaborateurs
au démarrage du projet



En moyenne en Afrique,
1 emploi direct au sein du
groupe HEINEKEN =
approximativement
60 emplois indirects



Portait social de Brassivoire :
Cadres : 40%
Agents de maîtrise : 33%
Employés/ouvriers : 27%



3 000 heures
de formation dispensées
depuis un an



Trois questions à Marc Bandelier, Directeur Général, CFAO FMCG Industries & Distribution



© Patrick Sagnes

1/ Quels sont les avantages proposés par un modèle de coentreprise ?

Ce modèle est particulièrement bien adapté à nos marchés. Il s'agit de bénéficier de la force commune de deux partenaires qui mettent en commun leurs savoir-faire. L'expertise industrielle et la connaissance des réseaux et des circuits de distribution permettent d'appréhender ce type de projet en sécurisant l'investissement et en lui assurant une vision à long terme, pérenne. L'industrie sur nos marchés a besoin de ces conditions pour réussir.

2/ Qu'apporte CFAO dans ce contexte ?

Avec plus de 160 ans de présence en Afrique, CFAO est un partenaire privilégié pour ce type de projets. Le Groupe propose à ses partenaires un modèle de développement adapté au secteur et à leur expertise, en constituant un environnement favorable, à la fois par des capacités de production de très bon niveau et des débouchés de distribution. Dans chacun des pays où nous opérons, nos équipes offrent à nos partenaires une connaissance approfondie de leur marché et un modèle véritablement intégré. En Côte d'Ivoire, c'est le cas dans le domaine brassicole, donc, avec Brassivoire, mais également dans le domaine des cosmétiques avec L'Oréal ou encore avec BIC®, pour lesquels nous sommes présents dans un grand nombre de marchés subsahariens.

3 /Quelle est la particularité du modèle Brassivoire ?

Il me semble que c'est la notion de confiance qui qualifie le mieux ce partenariat. Confiance entre les deux partenaires, certes, qui travaillent ensemble depuis vingt ans en Afrique. Mais confiance également des autorités ivoiriennes qui ont encouragé notre démarche. Pour que ce modèle puisse fonctionner au mieux, il est nécessaire de travailler à un niveau d'engagement très important de la part de l'ensemble des parties. D'un point de vue financier, le montant de l'investissement est très important : 100 milliards de FCFA ne se mobilisent pas sans cette confiance et un historique sans faille.

D'un point de vue opérationnel, HEINEKEN apporte ses marques de notoriété mondiale et son savoir-faire de brasseur. CFAO apporte sa connaissance approfondie des marchés locaux et particulièrement du marché ivoirien. La Côte d'Ivoire, par son ouverture aux investissements internationaux et son climat des affaires favorable, permet à ce type de projet de voir le jour.

2 De la production à la distribution, Brassivoire est un partenaire de la croissance ivoirienne

Brassivoire développe une empreinte industrielle et sociétale unique en Côte d'Ivoire, en participant à la structuration d'un réseau agro-industriel local. La brasserie a fait le choix d'innover en incorporant du riz produit localement dans sa nouvelle bière, Ivoire, en complément du malt d'orge qui reste la matière première principale.

La structuration d'une chaîne de valeur rizicole vient en appui de la vision déployée par les autorités ivoiriennes dans le développement d'une filière rizicole locale comme une priorité nationale afin de réduire les importations de cette denrée.

L'objectif de Brassivoire consiste à participer de façon significative à l'amélioration des moyens de subsistance et des rendements des agriculteurs-céréaliers en créant un marché fiable et pérenne, une visibilité sur les ventes leur permettant d'augmenter la confiance qu'ils ont dans le marché. La structuration de chaînes d'approvisionnement locales rentables permet d'autre part à Brassivoire de réduire ses coûts de transport et d'importation. Avec une ambition de se fournir en Afrique en matières premières agricoles locales à hauteur de 60 % en 2020, HEINEKEN veut être un partenaire de la croissance africaine.

La contribution économique, sociale et environnementale dégagée par une brasserie est particulièrement structurante dans une économie émergente.

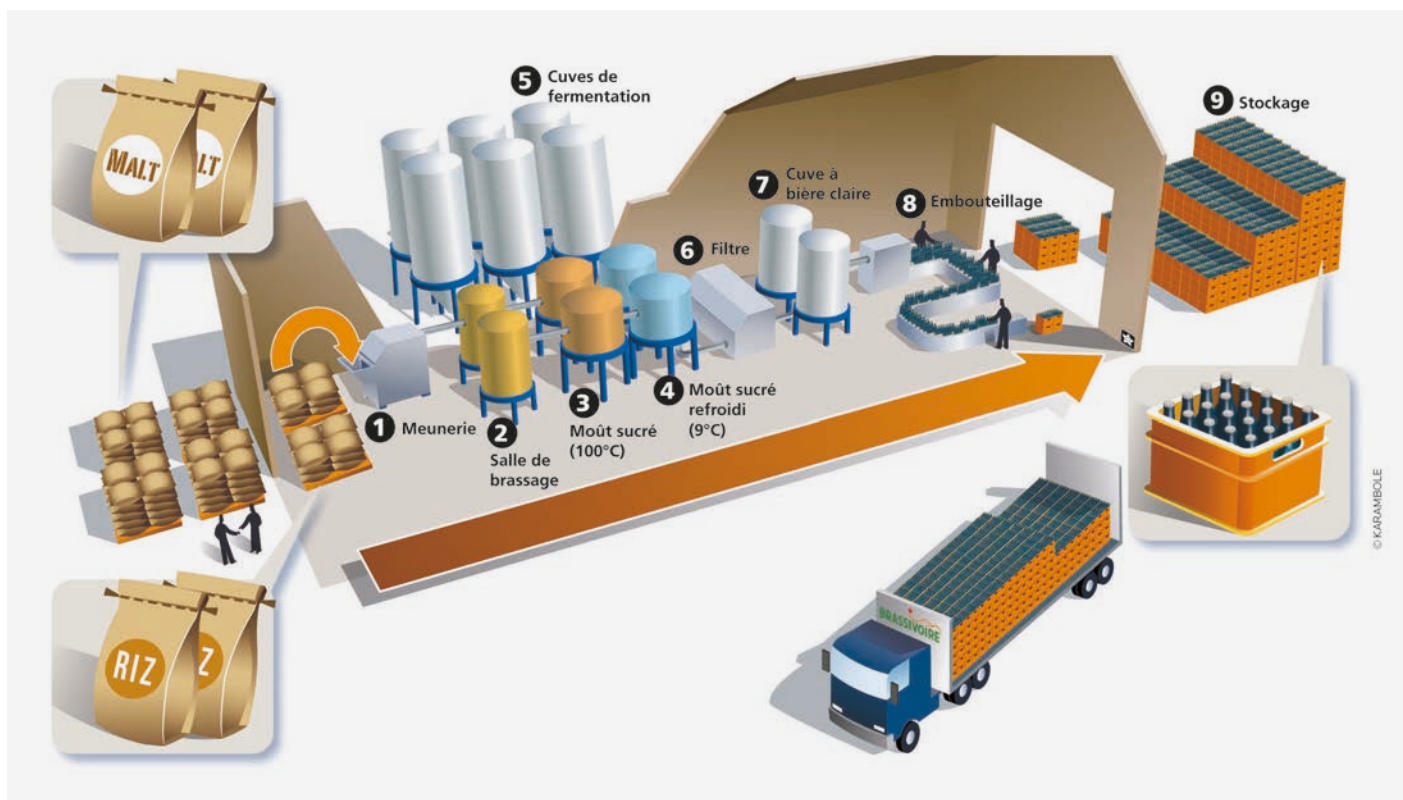
En amont, la brasserie permet l'éclosion d'une agro-industrie performante. La brasserie permet également l'apparition d'une importante chaîne logistique d'approvisionnement.

En aval, la distribution de la bière assure au secteur de la restauration, de l'hôtellerie et des loisirs des débouchés importants et stimule la création directe de valeur et d'emplois.

Depuis la culture du riz, ingrédient de la fabrication de la bière Ivoire, jusqu'à la fabrication des casiers en plastique nécessaires au transport et au conditionnement des bouteilles de bière, Brassivoire renforce les capacités agro-industrielles en Côte d'Ivoire et devient acteur de la croissance ivoirienne.

La préservation de l'environnement est également au coeur des préoccupations de Brassivoire. La brasserie a été conçue dès sa construction en intégrant les normes les plus strictes de filtration et d'utilisation des nappes phréatiques. La brasserie applique les standards internationaux en matière de qualité.

L'usine de traitement des eaux usées intégrée à la brasserie d'Anyama, permet de dégager l'empreinte environnementale la plus faible possible.



La bière Ivoire, fierté nationale et fer de lance de la stratégie de Brassivoire

La première bière fabriquée à base de riz brassée avec fierté en Côte d'Ivoire est produite par les lignes de production de Brassivoire depuis le mois de novembre 2016. Vendue 500 FCFA, la bière Ivoire est le résultat de l'expertise HEINEKEN et des exigences du marché ivoirien, offrant aux consommateurs un produit de qualité brassé localement et à la portée de tous.

Si la bière se compose de seulement quatre ingrédients (eau - à plus de 90% -, malt d'orge, houblon et levure), la tradition ancestrale brassicole a vu au fil des siècles et des cultures l'ajout d'autres céréales ou de fruits : sorgho, maïs, banane, manioc... et riz pour la bière Ivoire en complément du malt d'orge !

Quelques mois après son lancement, la bière Ivoire est déjà un succès à Abidjan, adoptée par ses consommateurs en quête d'une nouvelle offre.



D'un point de vue marketing, le lancement de la bière a fait l'objet d'une stratégie de communication imaginée par plusieurs agences locales. Le concept même de cette bière de qualité premium, accessible à tous, se décline en outils marketing spécifiques pour le marché ivoirien.

Ivoire symbolise ce que le pays offre de meilleur : son nom, révélateur de sa pleine intégration des valeurs locales et de la contribution des Ivoiriens à sa conception. L'emblème de la bière, l'éléphant, est le symbole national.

Alors que les populations abidjanaises ont déjà adopté la bière Ivoire, l'enjeu est maintenant de proposer la bière sur l'ensemble du territoire ivoirien et de mailler la distribution produite depuis la brasserie.

Brassivoire s'engage aux côtés des communautés locales

D'un point de vue sociétal, Brassivoire s'engage aux côtés des populations ivoiriennes, notamment en matière de santé. Brassivoire sera dès le mois de mai 2017 équipée d'un centre médical, composé d'un médecin et de quatre infirmières offrant des soins aux collaborateurs et à leurs familles.

En parallèle, la Fondation HEINEKEN en Afrique (HAF) est par ailleurs en train d'étudier la possibilité de réhabiliter l'hôpital Général d'Anyama, proche de la brasserie. Le projet viserait à améliorer l'approvisionnement en eau potable de l'hôpital, l'accès aux soins gynécologiques ainsi que l'amélioration du bloc opératoire.

Promotion de la consommation responsable

Conformément aux engagements du groupe HEINEKEN, Brassivoire fait la promotion d'une consommation responsable en Côte d'Ivoire. Les messages de modération sont présents sur

l'ensemble des emballages de ses marques et lors des campagnes de communication ou animation à destination des consommateurs.

3 La Côte d'Ivoire favorise l'émergence de nouveaux modèles industriels

Avec 8,5% de croissance en 2016 (Banque mondiale), la Côte d'Ivoire est l'une des économies les plus dynamiques du continent. Ce dynamisme repose sur plusieurs facteurs structurants dont un climat des affaires bénéfique, une économie diversifiée et un marché intérieur porté par l'émergence d'une classe moyenne principalement urbaine. Dans ce contexte, les investissements internationaux sont nombreux et trouvent écho dans plusieurs projets industriels majeurs.

La zone industrielle d'Anyama, au nord d'Abidjan, en est l'un des principaux symboles. Véritable in-

terface entre une population urbaine de plus de cinq millions d'habitants et un territoire ivoirien de mieux en mieux connecté, la plateforme d'Anyama offre un accès privilégié à un nœud logistique intégré. La zone économique permet le désengorgement logistique et industriel de la capitale économique ivoirienne en offrant des débouchés techniques sur la principale artère routière du pays, point de départ de l'hinterland.

Anyama symbolise le nouvel élan industriel de la Côte d'Ivoire qui se dote ainsi d'un pôle d'attractivité majeur dans la région.

Trois questions à Roland Pirmez, Président Afrique Moyen-Orient et Europe de l'Est, HEINEKEN



1. L'Afrique est-elle un marché stratégique pour HEINEKEN ?

Avec plus de 50 sites de production sur près de 23 pays et environ 12 000 collaborateurs, la région Afrique Moyen-Orient et Europe de l'Est (AMEE) est particulièrement stratégique pour HEINEKEN. Notre objectif est d'avoir une implantation géographique équilibrée entre marchés matures et marchés émergents. La région AMEE représente environ 19% des volumes du groupe et 10,5% de son profit opérationnel.

Malgré une volatilité des environnements économiques et politiques dans certaines parties de la région, notre vision se conjugue à moyen et long terme. Dans ce contexte, plusieurs paramètres économiques sont importants de notre point de vue. Parmi eux la croissance du PBI d'un pays, l'émergence d'une classe moyenne, le taux d'urbanisation, la stabilité politique et bien entendu la maturité du marché de la bière.

2. Dans ce contexte, pourquoi avoir choisi la Côte d'Ivoire ?

Et bien justement l'ensemble de ces fondamentaux sont présents en Côte d'Ivoire. Le PIB connaît une croissance d'environ 8% depuis plusieurs années. 8,5% en 2016. Il s'agit de la plus forte croissance économique en Afrique et 3^e plus forte croissance économique au Monde pour l'année 2016. La consommation de bière par habitant est encore assez faible (11,8L). Le taux d'urbanisation est de 50% (RPGH 2014).

Avec Brassivoire, en choisissant d'être un pionnier de la nouvelle zone industrielle PK 24, nous avons misé sur le dynamisme de la capitale économique ivoirienne, 15^e ville d'Afrique en nombre d'habitants, en choisissant d'être au plus près des ressources et des compétences humaines et de ses consommateurs. Nous sommes fiers d'investir dans un nouveau marché afin d'en renouveler et dynamiser l'offre existante. Au final, ce sont les consommateurs qui en bénéficieront.

3. Quelles sont les prochaines étapes du plan de développement ?

En Côte d'Ivoire, l'un des grands enjeux sera de renforcer les chaînes de valeur locales. L'approvisionnement local est une priorité pour nous. HEINEKEN a aujourd'hui 27 projets d'approvisionnement local de matières premières agricoles (sorgho, malt d'orge, riz...) en cours dans 13 pays à travers l'Afrique et le Moyen-Orient.

Nous souhaitons que l'ensemble des acteurs se sentent engagés dans la fabrication et la distribution de nos bières et puissent en bénéficier afin de soutenir la croissance des pays dans les lesquels nous opérons. En Côte d'Ivoire comme dans le reste de la région, HEINEKEN veut être un véritable partenaire de la croissance.

À propos de Brassivoire



Brassivoire est la nouvelle joint-venture née de l'association de HEINEKEN et CFAO en Côte d'Ivoire. Elle est détenue à 51% par HEINEKEN et à 49% par CFAO.

Brassivoire est une société de production et commercialisation de bière qui dispose actuellement d'un capital de 24 267 910 000 F CFA. La première pierre de son usine a été posée le 25 septembre 2015 au PK 24, la nouvelle zone industrielle au nord d'Abidjan. Brassivoire a lancé sa première bière brassée en Côte d'Ivoire «IVOIRE», le 14 novembre 2016.

Brassivoire représente un investissement de 100 milliards de FCFA soit environ 150 millions d'euros, pour une capacité de production de 1,6 million d'hectolitres de bière par an. Après cinq mois de production, Brassivoire compte aujourd'hui 200 employés. Ce nombre est appelé à augmenter significativement étant donné que Brassivoire continue à investir et à accroître ses activités.

Pour en savoir plus : www.brassivoire.ci

À propos de HEINEKEN



HEINEKEN est le brasseur le plus international au monde, leader dans le développement et la promotion de marques premium de bières et cidres. Avec la marque Heineken® en tête, le groupe possède un portefeuille de marques puissant composé de plus de 250 marques internationales, régionales et locales ainsi que de bières de spécialités et cidres.

L'innovation, l'investissement dans nos marques à long terme, une exécution commerciale de haute qualité et une attention toute particulière portée sur la gestion de nos coûts sont nos priorités. Fort de notre programme «Brewing a Better World», le développement durable fait partie intégrante de notre business et crée de la valeur pour toutes nos parties prenantes.

HEINEKEN a une empreinte géographique bien équilibrée avec des positions de leader à la fois dans les pays

émergents et sur les marchés matures. Nous employons environ 73 000 personnes et possédons 167 sites de production (brasseries, malteries, sites de production de cidres...) dans plus de 70 pays.

Heineken N.V. et Heineken Holding N.V. sont cotées à l'Euronext d'Amsterdam. Le cours de l'action est disponible sur Bloomberg sous le symbole HEIA NA et HEIO NA et sur Reuters sous le symbole HEIN.AS et HEIO.AS. HEINEKEN dispose de deux programmes d'American Depositary Receipt (ADR) sponsorisés de niveau 1: Heineken N.V. (OTCQX : HEINY) et Heineken Holding N.V. (OTCQX : HKHHY).

L'actualité de notre groupe est accessible sur notre site internet www.theHEINEKENcompany.com ou en nous suivant sur @HEINEKENCorp.

À propos de CFAO



CFAO est un acteur majeur de la distribution spécialisée en Afrique et dans les Collectivités Territoriales Françaises d'Outre-Mer, partenaire privilégié des grandes marques internationales. Le Groupe est le leader dans la distribution automobile et pharmaceutique, et se développe dans les secteurs des biens de consommation et des nouvelles technologies.

Le Groupe opère directement dans 35 pays d'Afrique et offre un accès à 53 des 54 pays qui composent le continent. Il est également présent dans 7 Collectivités Territoriales Françaises d'Outre-Mer. CFAO emploie 14 800 personnes.

Pour en savoir plus : www.cfaogroup.com



Contacts

HEINEKEN

Michael FUCHS / Anne OLLIVIER
E-mail : pressoffice@heineken.com
Tel: +31 20 5239 355

CFAO

Françoise REMARCK - LE GUENNOU
E-mail : fremarckleguennou@cfao.com
Tel : +33 (0)1 46 23 58 70

Brassivoire

Dabila OUATTARA
E-mail : Dabila.Ouattara@heineken.com
Tel : +225 48 84 17 55