

Tekst 12

Heineken islamiquement correct

Le Néerlandais s'ouvre les portes
du marché arabe

Quand Heineken a déboursé, en octobre 2002, 280 millions de dollars pour racheter l'unique brasserie d'Égypte, Al-Ahram Beverages Company (ABC), le géant néerlandais s'est assuré un monopole de fait. Avec cette acquisition, Heineken pourra, en effet, introduire sa propre bière sur le marché égyptien en échappant aux 300% de taxes sur les boissons alcoolisées importées. Et ce marché est loin d'être négligeable, les ventes d'ABC ayant dépassé les 100 millions de dollars en 2001. Mais en payant ABC trois fois le cours du marché (14 dollars par action), lors de la plus importante opération boursière jamais menée en Égypte, Heineken voyait en fait plus loin. Avec Fayrouz, la bière sans alcool fruitée d'ABC, le

brasseur néerlandais part en réalité à la conquête d'un marché de 1,3 milliard de musulmans à travers le monde. Et il peut compter pour cela sur un allié inattendu: l'imam d'al-Ahzar, la plus haute institution de l'islam sunnite, a adopté un fatwa⁴⁾ déclarant la Fayrouz «halal» (propre à la consommation par les croyants), contrairement aux autres bières «non alcoolisées», qui contiennent en réalité un faible degré d'alcool. Un atout considérable pour s'ouvrir les portes de pays comme l'Arabie saoudite, cible prioritaire de Heineken. «La population des pays musulmans est jeune, explique un porte-parole. Nous allons lui fournir une boisson populaire adaptée à ses envies.» ●

*Tangi Salaūn, dans
«L'Express»*

noot 4

een fatwa: een door een islamitisch rechtsgeleerde geformuleerd decreet of vonnis a

Lees bij de volgende opgaven steeds eerst de vraag voordat je de bijbehorende tekst raadpleegt.

■ Tekst 12 Heineken islamiquement correct

1p 42 □ Wat maakt Heineken “islamiquement correct” (titel)?