

BRANA S.A. : Une entreprise au cœur de l'histoire et de l'identité haïtienne

BRANA, une entreprise du groupe HEINEKEN, est un acteur clé de la production locale, de l'innovation et du progrès en Haïti.

À propos de la BRANA S.A.

Fondée en 1973, la Brasserie Nationale d'Haïti (BRANA S.A.) est la seule brasserie du pays et l'un des plus grands producteurs de boissons en Haïti. Elle est également l'un des meilleurs employeurs du pays, ainsi que le deuxième plus grand contribuable national.

La mission de la BRANA est claire et profondément enracinée dans la culture haïtienne :
« **Nou brase lajwa nan bon jan tèt ansanm pou nou enspire yon pi bon mond.** »

Un symbole de fierté nationale

En 1976, BRANA lance Prestige, qui s'impose dès lors comme la première et unique bière haïtienne. Rapidement adoptée par la population, Prestige dépasse le simple statut de boisson pour devenir un symbole de la culture nationale et de la fierté locale.

L'histoire de la Brasserie Nationale d'Haïti prend une dimension nouvelle en 1985, lorsque le groupe Heineken acquiert 22,5 % de son capital, apportant une expertise technique et une modernisation des processus. Le 14 décembre 2011, Heineken devient actionnaire majoritaire en rachetant la totalité des parts de la brasserie, consolidant ainsi sa position comme un acteur stratégique de l'économie haïtienne. Cette intégration au sein d'un groupe mondial a ouvert la voie à des investissements majeurs dans la production, la logistique et la responsabilité sociétale.

La qualité de la bière Prestige est rapidement reconnue au-delà des frontières : elle remporte en 2000 puis en 2012 la médaille d'or à la prestigieuse World Beer Cup, dans la catégorie *American-Style Cream Ale ou Lager*. Ces distinctions internationales consacrent Prestige comme un produit emblématique d'Haïti. Plus récemment, en 2024, c'est la bière KINANM qui a remporté sa première médaille d'or aux Monde Selection Quality Awards, confirmant l'excellence et le savoir-faire de la brasserie.

Diversification et innovation : des marques locales et internationales

Au fil des années, BRANA a élargi son portefeuille pour répondre aux goûts variés des consommateurs haïtiens. À côté de Prestige, produit phare et emblématique, la brasserie distribue et commercialise aujourd'hui :

- **Malta H**, une boisson maltée sans alcool très appréciée des jeunes et des familles ;
- **Toro**, boisson énergisante destinée à un public actif et urbain ;
- **Kinanm**, une bière au goût relevé et innovant ;
- **La Benedicta**, qui illustre le savoir-faire local dans la création de recettes originales ;
- Les marques internationales de PepsiCo, **Pepsi** et **7up** ;
- **Guinness**, de Diageo, reconnue mondialement pour son caractère unique ;
- Et **Heineken**, bière premium internationale du groupe.

Cette diversification témoigne d'un équilibre subtil entre tradition et modernité, en offrant des produits adaptés à tous les segments du marché.

Un engagement envers la société

BRANA place la responsabilité sociétale au cœur de ses priorités. L'entreprise a investi dans des infrastructures

pour ses employés (vestiaires, cafétéria, clinique) et mis en place le programme *Jeunes Talents*, qui a permis à de nombreux jeunes de s'intégrer professionnellement.

Au-delà de l'interne, BRANA soutient activement l'éducation et la jeunesse à travers des programmes de sponsorship annuels, tels que l'appui à HELP (Haitian Education & Leadership Program), ainsi que le concours Malta H Génie, qui valorise les connaissances académiques et stimule la fierté scolaire dans tout le pays.

La brasserie est également un partenaire de longue date du sport et de la jeunesse haïtienne. Elle accompagne, entre autres, la Coupe Zoupim, compétition de football qui réunit depuis plusieurs années des centaines de jeunes talents à travers le pays, consolidant ainsi son rôle d'acteur social engagé dans le développement éducatif et sportif.

BRANA agit aussi sur le plan environnemental avec des initiatives de gestion responsable de l'eau et de recyclage des déchets, sans oublier la campagne « Responsible Drinking », qui promeut une consommation responsable et sécuritaire.

Avec ses 53 années d'existence, BRANA est aujourd'hui bien plus qu'une brasserie. Elle incarne une partie de l'histoire économique et culturelle d'Haïti, contribuant à la fois à son rayonnement international et au développement local. À travers ses marques emblématiques et ses initiatives citoyennes, l'entreprise continue de s'affirmer comme un pilier de l'identité haïtienne et un acteur incontournable de son avenir.

