

Mai 2021

KRONENBOURG SAS S'APPUIE PLUS QUE JAMAIS SUR SES FONDAMENTAUX, A L'HEURE D'UN ALLÈGEMENT DU CONFINEMENT : ADAPTATION, INNOVATION ET INVESTISSEMENT

SYNTHESE

Au moment de présenter les résultats 2020 de la brasserie et de tracer les perspectives de l'année 2021 et ses ambitions pour la bière en France et pour Kronenbourg SAS, **Rémy Sharps**, Président Directeur Général de Kronenbourg SAS, se veut optimiste malgré la crise qui se prolonge. « Si le marché de la bière tous secteurs confondus a subi un sérieux recul avec une baisse de l'ordre de 7 à 10 %, beaucoup de voyants sont néanmoins au vert. L'exigence toujours plus pointue de qualité, d'authenticité, de traçabilité des consommateurs stimule une innovation qui fait du marché de la bière une catégorie toujours très dynamique en Grande Distribution avec une croissance 4 fois supérieure au marché des liquides en général ! Rarement l'offre n'a affiché une telle diversité et la bière suscité tant d'attrait. Résultat : la bière recrute, laissant entrevoir une croissance durable. »

Pénalisée par la fermeture prolongée des établissements du CHR et la réduction de production de sa brasserie, située au cœur de la pandémie dans le Grand Est à l'heure du 1^{er} confinement, Kronenbourg SAS a su faire preuve de résilience. Ce contexte inédit lui a même permis de révéler les formidables capacités d'adaptation et de réinvention qu'elle a manifestées à maintes reprises au cours de ses plus de 355 ans d'existence. « Cette épreuve a agi comme un révélateur des fondamentaux de l'entreprise constate Rémy Sharps. Ceux-là même qui lui ont permis d'être tricentenaire, de traverser d'autres crises, des guerres, des révolutions technologiques et économiques, en réinventant continuellement son modèle, son organisation, son activité. »

« Au-delà de la pandémie du Covid-19, l'année 2020 a été marquée par l'accélération des tendances constatée les années précédentes et la fermeture administrative du CHR pendant de très longues et nombreuses semaines » constate Rémy Sharps qui compte à l'avenir sur une croissance durable de Kronenbourg SAS en s'appuyant sur trois leviers :

. **Une accélération de la transformation du portefeuille** de produits avec le renforcement dans ses ventes du poids des trois segments les plus porteurs du marché : les Aromatisées, les Dégustations et les Bières sans alcool. Pour la brasserie, ces derniers pèsent désormais 35,2 % des volumes vendus contre seulement 10,2 % il y a 10 ans. Cette évolution, qui s'accélère au fil des ans, sera poursuivie en 2021 grâce aux lancements de Tourtel Twist Bio dans les bières sans alcool et 1664 Créations dans les bières Craft.

. **L'investissement dans l'outil de production de sa brasserie** qui va se concrétiser avec une première phase en 2021 à hauteur de 25M€. Il s'agit par exemple de :

- Garantir toujours plus d'expertise brassicole et de répondre à l'évolution des attentes des consommateurs avec la mise en œuvre d'installations de dry hopping.
- Poursuivre activement son programme RSE afin de réduire son empreinte carbone et sa consommation d'eau qui affiche une baisse de - 21 % en 2 ans : en 2021, il ne faut désormais chez Kronenbourg que 3,9 litres d'eau pour fabriquer 1 litre de bière.

. **Un soutien à la filière notamment en accompagnant la reprise du CHR** durement touché par plusieurs mois de fermeture administrative, en déployant notamment « KroWorking », une plateforme digitale de services proposés par 16 startups innovantes, accessible aux gérants d'établissements CHR afin de gérer plus efficacement et sereinement leur business.

LE MARCHÉ DE LA BIÈRE EN 2020 : EN REcul DANS UN CONTEXTE INÉDIT MAIS DES FONDAMENTAUX AU VERT

❖ Coup de frein en pleine dynamique

Le marché de la bière est très dynamique depuis quelques années avec notamment la multiplication des brasseries (on en comptait 2 000 en 2019 contre seulement 200 il y a 10 ans), la diversification des références (avec près de 10 000 marques différentes en France contre 1 000 il y a 10 ans) et une image en constante amélioration, dépassant même le vin sur les thèmes du goût et de la variété ⁽¹⁾.

Mais ce marché a néanmoins subi un coup de frein avec la crise sanitaire. Confinements et couvre-feu, fermeture des bars et des restaurants, annulation d'événements culturels et musicaux, report de salons, absence de touristes étrangers ont entraîné une baisse globale de la consommation. Le marché de la bière accuse ainsi en 2020 un recul de 7 à 10 % vs 2019, une première depuis 2014.

❖ Malgré un contexte difficile, les fondamentaux restent au vert

Si la consommation en CHR a subi de plein fouet les effets des fermetures administratives (23 semaines en 2020), accusant un recul d'environ - 47 %⁽²⁾ en 2020, la Grande Distribution (GMS) a tiré son épingle du jeu ayant vu ses volumes totaux de ventes de bière augmenter de + 8,4 %⁽³⁾ en 2020. Ce rebond s'explique en partie par un report estimé entre 30 à 40 %⁽²⁾ de la consommation du CHR.

La boisson houblonnée séduit de plus en plus de foyers : avec un taux de pénétration de 80,3% ⁽⁴⁾, en légère progression (+ 2 pt), la consommation de bière concerne plus de huit ménages français sur dix. Il faut aussi noter la hausse du panier moyen avec 1 acte d'achat supplémentaire par an (12 achats par an) et 3.4 litres de plus qu'en 2019. La bière a encore une bonne marge de progression dans l'Hexagone. Avec une moyenne de 33 litres de bière par an et par habitant, la consommation y reste la plus faible de l'Union Européenne. Sachant que la tendance est à l'augmentation puisque celle-ci était il y a dix ans, en 2009, de 30 litres de bière/an/habitant.

L'innovation est stimulée par les nouvelles attentes de consommateurs toujours plus exigeants et sensibilisés au local, à l'artisanal, au made in France, au bio mais aussi à la protection de l'environnement. Le marché de la bière fait preuve d'une belle énergie pour accompagner ces tendances. De sorte qu'il s'affirme comme la catégorie la plus dynamique des liquides avec une croissance 4 fois supérieure à celle de l'ensemble des liquides. L'exigence de qualité s'accompagne de la recherche de nouvelles saveurs repoussant toujours plus haut les attentes d'expériences diversifiées. C'est ainsi que la crise n'a pas empêché la créativité et l'innovation avec le lancement en 2020 de plus de 60 nouveautés au rayon bière.

Si les volumes progressent, la valeur également a grimpé de + 11,3 %⁽³⁾ en 2020. L'attention portée aux saveurs et à la qualité contribuent à soutenir la premiumisation de l'offre amorcée depuis déjà quelques années.

En ce début d'année 2021, à mi-avril, le marché de la bière en GMS poursuit sa bonne dynamique avec une croissance de + 11,6 %⁽³⁾ en volume et + 15,9 %⁽³⁾ en valeur.

KRONENBOURG SAS EN 2020 : FACE A LA CRISE SANITAIRE, RESILIENCE ET SOLIDARITÉ AVEC LA FILIÈRE CHD

En 2020, année bouleversée par la pandémie de Coronavirus, Kronenbourg SAS a fait preuve de résilience mais a été pénalisée par la fermeture des établissements du CHR et la réduction de production de sa brasserie lors du 1er confinement en mars-avril 2020.

❖ L'activité 2020 de Kronenbourg fortement impactée par le COVID-19

Le ralentissement du marché global de la bière s'est traduit chez Kronenbourg SAS par une baisse de - 10 % des ventes totales (5,1 Mhl) pour atteindre un chiffre d'affaires total de 844 M€ (- 12 % vs 958M€ en 2019). En grande distribution, ses ventes sont restées stables alors qu'elles ont reculé de 48 % en CHD.

Dans le contexte sanitaire, sous l'effet notamment de la réduction de la production lors du premier confinement entraînant une rupture produits, Kronenbourg SAS a perdu 2 points de parts de marché en GMS (à 24,8 %). La production a depuis repris son rythme de croisière.

Forte de sa capacité d'innovation, l'un des fondamentaux de la brasserie depuis plus de 355 ans, Kronenbourg SAS a confirmé en 2020 sa place de **1er innovateur du marché**, réalisant 33 % du volume généré par les innovations liquides toutes marques confondues : 3 de ses nouveaux produits (1664 0,0°, Tourtel Ananas et Tourtel Botanics Pêche) se hissent dans le Top 10 de l'année 2020, Le poids des innovations de moins de 5 ans représente 9,8 % du CA 2020 de Kronenbourg SAS.

Alliant savoir-faire et créativité, Kronenbourg SAS est **le leader de la bière sans alcool** en France. La brasserie capte 57,7 %⁽³⁾ de ce segment. Son offre est la plus large du marché avec Kronenbourg Pur malt, 1664 0,5° et 0,0°, Grimbergen 0,0° ainsi que Tourtel Twist et Tourtel Botanics. Sur le seul segment des bières aromatisées sans alcool en 2020, Tourtel Twist enregistre une part de marché de 77 %⁽³⁾ six ans après son lancement. Tourtel Twist a recruté plus de 4,1 millions de foyers acheteurs depuis son lancement en 2015⁽¹⁾ et a vu ses volumes progresser de + 24 %⁽³⁾ en 2020.

La tendance de fond, née de la volonté de consommer moins mais mieux, profite particulièrement **aux bières d'abbaye** dont la croissance est près de deux fois plus rapide que le marché de la bière. Dans ce segment, Kronenbourg SAS voit les ventes de Grimbergen augmenter en 2020 de +15 %⁽³⁾.

La premiumisation du portefeuille de Kronenbourg SAS, entamée depuis une dizaine d'années, s'accélère avec un poids dans les ventes totales de Kronenbourg SAS des bières de Dégustation, des Aromatisées et des Sans alcool qui continue à augmenter. Elles pesaient 10,2 % du portefeuille en 2010, 21,2 % en 2015, pour représenter aujourd'hui plus du tiers du portefeuille soit 35,2 %. La transformation du portefeuille de Kronenbourg SAS a tendance à s'accélérer : +11 pt entre 2010 et 2015, + 14 pt entre 2015 et 2020.⁽³⁾

❖ Résilience, esprit d'équipe et solidarité face à la crise

~ La 1ère priorité : la santé et la sécurité des salariés, et l'accompagnement des équipes

Mise en place bien avant que l'état d'urgence sanitaire ne soit déclaré en France (le 23 mars), une cellule de crise a permis de suivre la situation, de s'adapter au plus près de son évolution et de tenir chaque jour les salariés informés de la situation, des mesures sanitaires prises, de la marche de la brasserie et des nouvelles organisations du travail mises en place.

Pour garantir au quotidien une sécurité optimale aux salariés de la brasserie qui, tout au long de la pandémie, ont continué de travailler à la fabrication et au conditionnement, de nombreuses mesures ont été prises : étalement des horaires de travail, séparations pendant les pauses du personnel, réaménagement de la cantine, mise en place de signalétiques pour éviter que les équipes ne se croisent, port du masque, gestes barrières et règles de distanciation. Ces dispositions sont toujours en place à l'heure actuelle.

~ La crise : un révélateur de l'engagement et de la cohésion des salariés

Kronenbourg SAS, dont la brasserie est implantée à Obernai en Alsace, a poursuivi lors du 1^{er} confinement son activité au cœur de la pandémie du Covid-19, le Grand Est ayant été une région particulièrement touchée.

Il s'est agi de poursuivre la production en tant qu'entreprise de l'agroalimentaire, tout en donnant en interne la priorité à la sécurité des salariés, à la cohésion et au moral des équipes. Face à ce double enjeu, il a fallu adapter voire réinventer l'organisation du travail à la brasserie, accepter l'idée de ne pas tout maîtriser et d'accélérer les prises de décision. La brasserie s'est entièrement réorganisée, a mis en place des mesures sanitaires, réduit ses activités en même temps qu'elle développait le télétravail pour une partie de ses salariés.

Ce contexte inédit a permis de révéler cette faculté de se réinventer face à de nouveaux défis et cette capacité à s'adapter que Kronenbourg a, à maintes reprises, manifesté au cours de ses plus de 350 ans d'existence. « *Cette épreuve a agi comme un révélateur des fondamentaux de l'entreprise* constate Rémy Sharps. *Ceux-là même qui lui ont permis d'être tricentenaire, de traverser d'autres crises, des guerres, des révolutions technologiques et économiques, en réinventant continuellement son modèle, son organisation, son activité.* »

Dès le début de cette crise, les salariés ont manifesté un courage et un attachement fort à la brasserie et à la continuité de son activité. Cela s'est traduit par une solidarité de tous les instants sur le terrain. Avec la fermeture administrative des Cafés, Hôtels et Restaurants, la quasi-totalité des forces de vente du CHD est venue prêter main-forte aux équipes de la GMS sur la base du volontariat pour les aider à la réimplantation des références dans les linéaires et au lancement des offres saisonnières.

Dans un même esprit de solidarité, pendant les fêtes de fin d'année, des équipes de collaborateurs volontaires de Kronenbourg SAS (issus des forces de vente de la GMS et du CHR) ont travaillé en binôme sur un dispositif inédit mis en place en grande distribution dans le Grand Est : le service à la pression dans une bouteille (Growler) en GMS du brassin de Noël destiné initialement au CHR.

Des liens très forts se sont noués avec la filière d'approvisionnement : la même solidarité et la même réactivité se sont manifestées du côté des fournisseurs en amont de la production. Rappelons que la brasserie utilise quasi exclusivement du malt en provenance du Grand Est, du houblon en partie alsacien, et que les bouteilles sont fabriquées dans les Vosges voisines.

❖ **Le soutien au CHR et la solidarité avec l'Alsace**

Tout au long de cette crise, Kronenbourg SAS s'est attachée à soutenir à la fois les distributeurs et les établissements du CHR tout particulièrement touchés par plusieurs mois de fermeture et la société civile, fragilisée.

~ **Soutien fort et permanent au CHR depuis le début de la crise sanitaire et pour accompagner la reprise d'activité des établissements**

Pendant la fermeture, Kronenbourg SAS a informé en continu les établissements sur l'ensemble des mesures et dispositifs de soutien économiques proposés par le gouvernement ainsi que des protocoles sanitaires imposés à la réouverture. Dès le 20 mars 2020, Kronenbourg SAS a indiqué aux établissements qu'elle **décalait de six mois les échéances de ses prêts**.

Kronenbourg SAS a délivré aussi ses **conseils aux établissements pour conserver un service pression de qualité optimale en informant** sur les procédures à suivre pour les fermetures et réouvertures des installations de tirage pression.

Kronenbourg SAS s'est également impliquée dès son lancement début avril dans l'initiative solidaire et collective « **J'aime mon bistrot** » visant à soutenir le CHD. Elle a uni son expertise à près de 80 entreprises et associations spécialistes de la Consommation Hors Domicile (distributeurs, producteurs-fournisseurs et startups) pour venir en aide aux bistrotts, bars, brasseries, cafés et restaurants durement touchés et fragilisés par la fermeture administrative. Cette initiative a permis d'allouer immédiatement 1,6 million d'euros à la trésorerie des établissements grâce à l'élan de générosité des Français qui ont passé plus de 26 000 précommandes auprès de la plateforme.

A la réouverture au printemps 2020, Kronenbourg SAS, dans le cadre d'accords avec ses clients Distributeurs, a décidé d'encourager la remise en route des tirages pression de ses marques avec une **enveloppe totale d'un montant de 3M€** destinée aux établissements du CHD. Ce soutien d'une grande ampleur a couvert l'ensemble de la France.

~ **Solidarité avec la société civile alsacienne et le monde entrepreneurial**

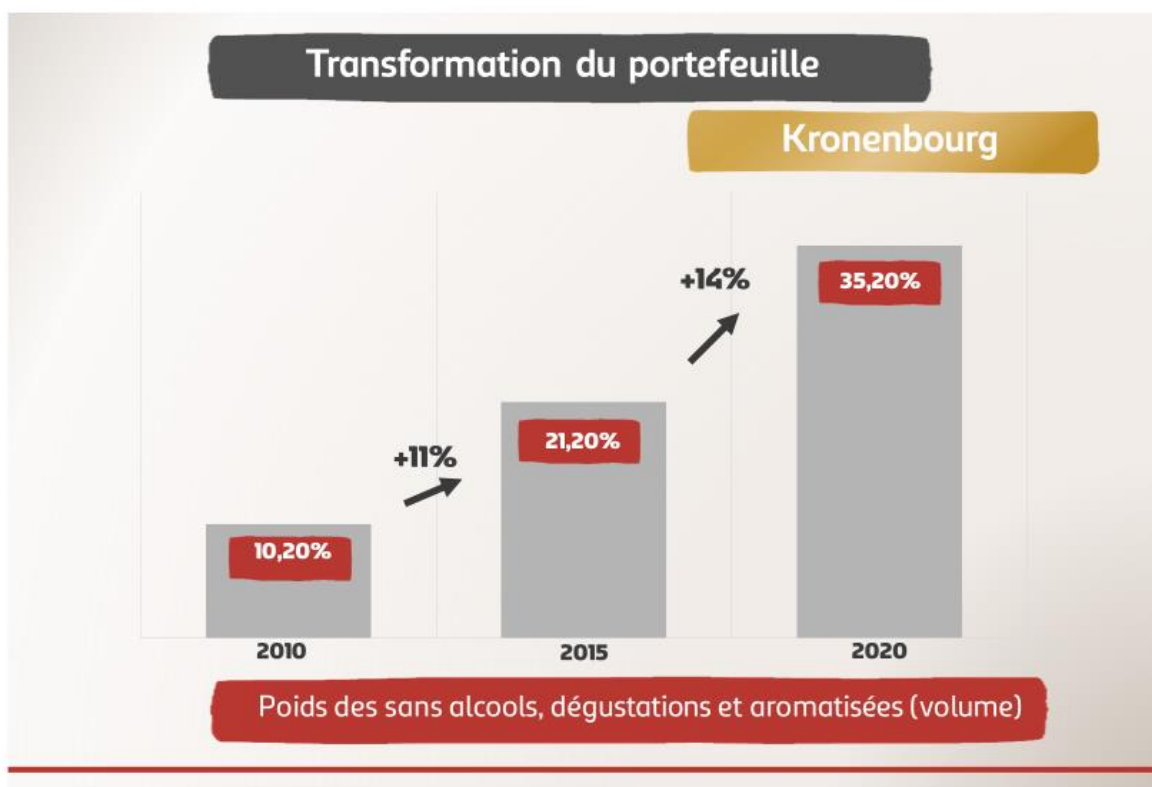
Dès le début du mois d'avril 2020, Kronenbourg a souhaité manifester sa solidarité, tout particulièrement à sa région. « *Kronenbourg est née et est établie depuis 1664 en Alsace. Elle est un acteur économique majeur et le principal brasseur. Ce fort ancrage donne des responsabilités* », explique Rémy Sharps. L'entreprise a ainsi décidé de faire un don de 150K€ à travers la Fondation Kronenbourg, répartis entre 10K€ à l'hôpital d'Obernai, 40K€ à la Fondation des hôpitaux de Strasbourg et 100K€ à la Fondation de France (qui dispose d'une Fondation régionale dans le Grand-Est) pour venir en aide aux plus fragiles et vulnérables.

EN 2021, KRONENBOURG SAS ACCÉLÈRE LA TRANSFORMATION DE SON PORTEFEUILLE, INVESTIT 25 M€ DANS SA BRASSERIE ET ACCOMPAGNE LA REPRISE DU CHR

❖ Le portefeuille

- ~ Plus de 35 % des ventes dans les bières de Dégustation, les Aromatisées et les Sans alcool

Pour répondre à la demande d'un consommateur de bière qui aime sortir des sentiers battus, expérimenter de nouveaux goûts et de nouvelles saveurs, Kronenbourg SAS ouvre sans cesse de nouvelles portes, atypiques, surprenantes et inédites. La transformation de son portefeuille, entamée depuis une quinzaine d'années, marque même une accélération, aiguillonnée par les 3 segments les plus dynamiques du marché qui ne cessent de progresser dans les ventes totales de Kronenbourg SAS : bières de Dégustation, les Aromatisées et les Sans alcool pesaient 10,2 % du portefeuille en 2010, 21,2 % en 2015 et plus du tiers du portefeuille en 2020 avec 35,2 %.



- ~ Sans alcool : lancement d'une 3^e gamme Tourtel

Leader de la catégorie (58 % hors panaché) et détenteur du portefeuille le plus large du marché, Kronenbourg SAS continue de jouer avec conviction son rôle d'acteur majeur de la bière sans alcool et d'animateur permanent de ce segment ultra-dynamique.

En 2021, la révolution du sans alcool continue avec Tourtel Twist, n°1 sur le marché des bières sans alcool, forte de 7 ans d'innovations. En avril, la brasserie lance une troisième gamme, Tourtel Twist Bio, et complète ses deux gammes existantes, Tourtel Twist et Tourtel Botanics.

. Tourtel Twist Bio duo de citron et Tourtel Twist Bio duo d'agrumes : une gamme inédite encore plus gourmande, avec 20 % de jus en plus, et bio. 2 nouvelles recettes avec la fraîcheur d'une bière et le plaisir du fruit. Des ingrédients issus de l'agriculture biologique et comme tous les produits Tourtel Twist : sans colorant, sans édulcorant, sans arôme artificiel, le tout sans alcool 0.0%. Un goût délicieusement frais et intense.

. Tourtel Twist Jus de Fraise & notes de Rhubarbe : une neuvième saveur vient enrichir la gamme Tourtel Twist.

. Tourtel Botanics Notes de Framboise & Thé blanc : la gamme Botanics s'agrandit également. La marque qui met à l'honneur le goût naturel des plantes et des fruits dévoile de nouveaux accents fruités : toujours sans conservateur, sans colorant, sans édulcorant, sans arôme artificiel, sans sucres ajoutés et sans alcool 0.0%.

~ **Bières Craft : la gamme 1664 Créations s'enrichit**

Sur le segment des bières Craft, Kronenbourg SAS lance une nouvelle gamme signée 1664 Créations. Celle-ci accompagne les consommateurs habituels de bières blondes et curieux de découverte vers des bières ayant plus de caractère. Avec un design vintage reprenant les principaux codes des bières Craft, cette nouvelle gamme propose trois assemblages inédits : la French Gold Lager qui met en avant le malt d'orge du printemps « cultivé dans le Grand Est de la France », la Hopy Lager avec ses notes houblonnées et la French Style IPA à l'amertume légère, soit la première IPA (India Pale Ale) de la marque 1664 mais aussi de Kronenbourg SAS.

❖ **La brasserie d'Obernai**

Pour toujours plus d'expertise brassicole, répondre à l'évolution des attentes des consommateurs et se donner les moyens d'une croissance durable, Kronenbourg SAS investit massivement dans sa brasserie à Obernai.

~ **1ère phase d'investissement de 25 M€ en 2021**

L'investissement total, qui va s'étaler sur plusieurs années, s'élève à 100M€. Il se répartit pour environ 40 % dans l'augmentation des capacités de production, pour 40 % à la modernisation des lignes de production et 20 % à la RSE au sens large (hygiène/sécurité, développement durable).

La première phase est lancée pour un montant de 25 M€ en 2021. Elle prévoit :

- Le réaménagement des parkings camions et de leur mode de chargement.
- De nouvelles installations de dry hopping pour diversifier la production
- La modernisation des installations de fabrication

~ **Une démarche de croissance durable : 3,9 litres d'eau pour fabriquer 1 litre de bière.**

Kronenbourg SAS s'inscrit dans une démarche de croissance durable qui s'incarne notamment dans le programme « Ensemble vers un impact zéro » lancé par le groupe Carlsberg en 2017. Cette approche globale s'articule autour de plusieurs priorités. A l'horizon 2030 et à titre d'exemple, l'objectif est de réduire la consommation d'eau de 50 % par rapport à 2017. Une consommation que Kronenbourg SAS a encore fait baisser en 2020 : il ne faut désormais que 3,9 litres d'eau pour fabriquer 1 litre de bière. Ce qui représente une **baisse de consommation de – 21 % en 2 ans** réalisée grâce à des économies d'eau sur les phases de production et de nettoyage accompagnées d'un suivi permanent.

❖ La filière

~ **Accompagnement de la transformation du CHR**

En tant qu'acteur historique du secteur brassicole, Kronenbourg SAS a toujours accompagné ses partenaires du CHR. Alors que les activités de ce circuit sont fortement et durablement impactées par la crise sanitaire, Kronenbourg SAS a lancé 2 initiatives :

. **Deux nouveaux services digitaux pour améliorer le quotidien des gérants du CHR**

Kronenbourg SAS a mis en ligne deux plateformes digitales : « Mon CHR » accessible à tous les professionnels du secteur et « KroWorking » réservé aux gérants d'établissement du CHR commercialisant les produits de Kronenbourg SAS. « **Mon CHR** » donne accès à des informations, conseils et nouveaux services à même d'accompagner les points de vente actuellement dans le contexte de fermeture administrative mais aussi et surtout lors de la reprise de leur activité. De son côté, **KroWorking** propose une sélection rigoureuse de services dispensés par 16 start-up innovantes de la French Tech à même d'améliorer le quotidien des établissements autour de trois thématiques : optimiser la gestion ; booster le trafic et l'animation ; respecter l'environnement.

. **Un partenariat avec la SAS 1 000 Cafés**

Ce partenariat prend encore plus de sens à l'heure de la crise sanitaire liée à la pandémie Covid-19 qui se prolonge maintenant en crise sociale et économique.

Forte d'une expérience de plusieurs décennies au service des cafés, hôtels et restaurants, et historiquement implantée dans les zones rurales, Kronenbourg SAS a scellé un partenariat avec la SAS 1000 cafés, l'objectif étant d'accompagner ces établissements dans leur implantation et leur développement. Au-delà de l'offre bière, qui cherchera notamment à développer l'offre de bières sans alcool, Kronenbourg SAS investira dans les installations techniques, la formation des futurs gérants (service, qualité, entretien...) et la fourniture du matériel de service (verrerie, sous-bock, macarons). Kronenbourg SAS prévoit par ailleurs une prestation de conseil et une présence des équipes renforcées auprès des points de vente. A travers ce partenariat, Kronenbourg SAS affirme sa volonté de mettre toute son expertise au service de la réussite économique de cette initiative, qui vise à recréer de l'activité dans des zones fragiles. L'ambition étant d'en garantir la pérennité, au bénéfice des habitants.

Sources :

- (1) Kantar Worldpanel
- (2) Kronenbourg SAS
- (3) IRI YTD HMSMHD + Proxi + e-commerce année 2020

KRONENBOURG, BRASSEUR FRANCAIS DEPUIS PLUS DE 350 ANS

Filiale française du Groupe Carlsberg depuis 2008 et brasseur en Alsace depuis 1664, Kronenbourg est le premier brasseur français.

Nous produisons 700 millions de litres de bière par an dans la plus grande brasserie de France à Obernai (Bas-Rhin) et détenons environ 25 % du marché à travers un portefeuille de marques diversifiées : Kronenbourg (le grand nom de la bière en France), 1664 (la bière française la plus vendue dans le monde), Grimbergen (la bière de dégustation la plus demandée), Carlsberg (la grande marque internationale), SkØll Tuborg (la bière tendance), Tourtel Twist (une boisson à base de bière 0,0 % d'alcool et de jus de fruit), ...

Kronenbourg, c'est plus de 1000 passionnés de la bière. Excellence Brassicole®, Innovation Partagée® et Responsabilité Solidaire® : c'est autour de ces 3 axes que notre entreprise, forte de plus de 350 années d'existence, a construit et poursuit son développement.

CONTACTS PRESSE



KRONENBOURG

Philippe COLLINET
03 88 27 45 37
philippe.collinet@kronenbourg.com

IMAGE ET ENTREPRISE

Jean-Pierre TUIL
06 81 47 12 48
jptuil@image-et-entreprise.com

SUIVEZ-NOUS

www.kronenbourg.com
 www.facebook.com/Kronenbourg.sas
 https://twitter.com/kronenbourg_sas

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.