

20 mars 2019

**KRONENBOURG SAS, 1<sup>ER</sup> BRASSEUR FRANÇAIS,  
S'INVESTIT DANS LA TRANSFORMATION DE SON PORTEFEUILLE  
PAR L'INNOVATION  
ET INVESTIT DANS SA BRASSERIE  
AINSI QUE DANS LES FILIERES BRASSICOLES AMONT ET AVAL**

**2018**

**Kronenbourg SAS voit ses ventes progresser de + 3,8 % en volume et confirme sa place de 1<sup>er</sup> innovateur du marché avec 45 % des volumes générés par les nouveautés**

**2019**

**Kronenbourg SAS s'investit dans l'innovation avec 3 nouvelles bières et renouvelle l'expérience consommateur à l'Atelier 1664**

**Le 1<sup>er</sup> brasseur français investit 45M€ dans sa brasserie à Obernai et s'engage avec la filière amont du houblon et avec la filière aval du recyclage des emballages**

Aujourd'hui à Paris, **João Abecasis**, Président Directeur Général de Kronenbourg SAS, a présenté les résultats 2018 de l'entreprise, exposé sa vision du marché de la bière en France et tracé les perspectives de l'année 2019.

« *L'image de la bière est en pleine mutation, avec une évolution aussi positive que rapide. En deux ans, elle a comblé le retard qu'elle avait par rapport au vin. Elle est même mieux perçue sur certains thèmes comme le goût et la diversité <sup>(1)</sup>. La bière n'a en effet jamais été aussi diverse, et les brasseries continuent de se multiplier dans l'Hexagone. On comptabilise près de 1 600 brasseries à fin 2018, soit 500 de plus qu'en 2017. Les Français sont de plus en plus séduits (près de 80 %<sup>(2)</sup> des foyers français en consomment en 2018)* », s'est réjoui João Abecasis.

Portée par cette belle mue, la croissance du marché se confirme et Kronenbourg SAS réalise une excellente année 2018 avec une augmentation de ses ventes de + 3,8 %, deux fois supérieure à celle de l'année précédente. « *Pour être en phase avec les nouveaux goûts et modes de consommation, nous avons accéléré la transformation de notre portefeuille. Une stratégie qui porte ses fruits puisque les trois segments sur lesquels nous avons concentré nos efforts, les bières de dégustation, sans alcool et aromatisées, représentent aujourd'hui 29,2 % des ventes de Kronenbourg SAS* », précise João Abecasis.

Cette évolution du portefeuille fait la part belle à l'innovation, l'un des fondamentaux de la brasserie depuis 355 ans et un atout indéniable. Sur ce registre, Kronenbourg SAS se distingue chaque année : elle s'est ainsi affirmée en 2018 comme le 1<sup>er</sup> contributeur à l'innovation pour la 6<sup>e</sup> année consécutive, réalisant 45 % du volume des innovations liquides du marché de la bière en France en 2018, et détenait la 1<sup>ère</sup> innovation du marché : Tourtel Twist citron vert et notes de menthe.

« Pour soutenir cette innovation constante, notre maître mot est l'investissement. En 2019, Kronenbourg SAS investit et s'investit pour transformer le marché de la bière en France. Ces investissements touchent aussi bien l'innovation produits et l'animation du CHD pour renouveler l'expérience consommateur que son site de production à Obernai et les filières amont et aval », annonce João Abecasis.

Ainsi en 2019, trois nouveautés sont lancées sur les segments les plus dynamiques. Et un deuxième rendez-vous sera donné en mai à Paris à L'Atelier 1664 avec un nouveau brassin exclusif et éphémère mais aussi diverses animations autour de la bière.

Pour entretenir l'excellence brassicole de Kronenbourg SAS, 45M€ vont être investis dans la brasserie à Obernai à partir de la mi-2019, pour continuer de moderniser le site, accroître ses capacités, tant volumes que technologiques, et avancer en matière d'Environnement, de Santé et de Sécurité. Kronenbourg SAS s'engage également avec la filière amont du houblon et avec la filière aval du recyclage des emballages.

Ces initiatives traduisent la volonté de Kronenbourg SAS de maintenir la qualité de sa bière au plus haut niveau et de s'inscrire dans une démarche de croissance durable respectueuse de l'environnement à travers un programme mené en synergie avec celle du Groupe Carlsberg, « Ensemble vers un impact Zéro ».

Elles permettent aussi de réaffirmer son ancrage alsacien, en particulier en cette année anniversaire. « En 2019, nous célébrons les 50 ans de notre brasserie à Obernai. Lors de son inauguration en 1969, il s'agissait de la plus grande brasserie jamais construite en France et de la plus grande d'Europe. Un demi-siècle plus tard, c'est toujours la plus grande brasserie de France à la capacité de production de 7 millions d'hectolitres par an, ce qui représente l'équivalent d'une bière sur 3 consommée en France. En 2019, l'heure sera non seulement aux investissements mais aussi aux célébrations. Nous vous donnons donc rendez-vous à la mi-septembre à Obernai pour souffler les 50 bougies de la brasserie, plus grand site brassicole de France, et vivre à cette occasion une expérience unique ! »

## LE MARCHÉ DE LA BIÈRE EN FRANCE POURSUIT SA MUE

### L'image de la bière continue de progresser dans l'esprit des Français

L'image de la bière et des brasseurs s'améliore chaque année, atteignant quasiment le même niveau que le vin dans l'esprit des Français. La perception de la bière est même désormais meilleure sur certains thèmes comme le goût et la variété<sup>(1)</sup>. La bière a gagné ses lettres de noblesse.

De quoi soutenir le marché qui affiche une croissance volume en 2018 d'environ 4 %<sup>(3)</sup>, soit le double qu'en 2017, le tout dans la lignée de la reprise du marché de la bière depuis 5 ans maintenant. Ce dynamisme se confirme en 2019 avec un début d'année marqué par une progression de plus de 5,5 % en hypermarchés et supermarchés.

La cote montante de la bière se traduit en Grandes et Moyennes surfaces (GMS) par une croissance 3 fois supérieure à celle de l'ensemble des boissons hors vin, quand dans le même temps, les cidres, apéritifs et spiritueux reculent.

Diversifiée et tendance, la bière attire de nouveaux consommateurs. Les occasionnels, qui représentent désormais 80 % du total, pèsent pour 35 % des volumes achetés. Dans le même temps et parce que les consommateurs aspirent à des bières de qualité et diverses, la transformation structurelle et la montée en gamme du rayon bière se poursuit.

L'embellie touche aussi la consommation hors domicile (CHD). Sur ce circuit qui enregistre une croissance de + 2,8 % de volume dans les fûts, la reprise amorcée depuis trois années maintenant se confirme.

Ce regain d'intérêt pour la bière est porté par une offre toujours plus diverse et variée et l'essor des micro-brasseries. Au rythme de plus d'une création par jour en 2018, on comptabilisait à fin décembre dernier près de 1 600 brasseries (contre 1 100 en 2017) dans l'Hexagone.

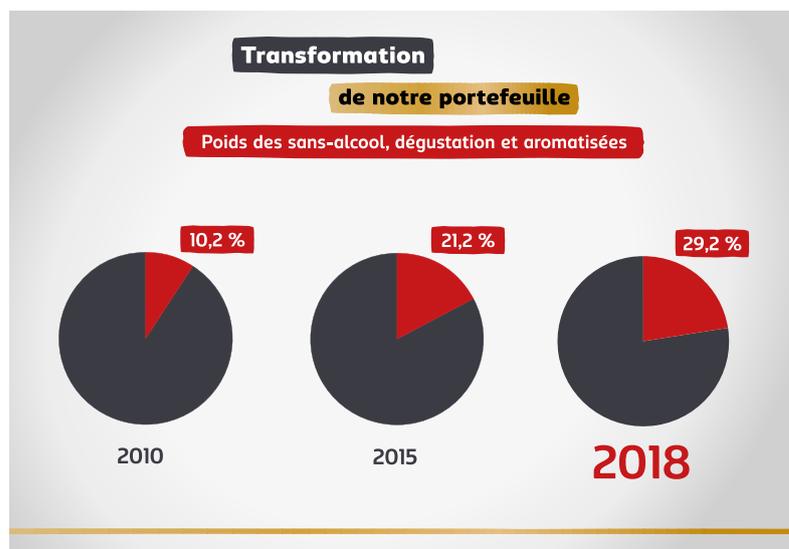
Malgré cette reprise de la consommation de bière par les Français, la consommation par habitant et par an qui s'établit à 32 litres reste dans le peloton de queue des pays en Europe (26<sup>e</sup> sur 28), très loin des Tchèques, premiers avec une consommation 4 fois supérieure (143 l/an/hab.) ou des Allemands, qui consomment 106 l/an/hab.

## EN 2018, KRONENBOURG SAS ACCÉLÈRE LA TRANSFORMATION DE SON PORTEFEUILLE ET CONFIRME SA PLACE D'INNOVATEUR N°1

L'accélération de la transformation du portefeuille de marques et la stratégie de montée en gamme de Kronenbourg SAS portent leurs fruits.

### Kronenbourg SAS dynamise les 3 segments les plus en croissance en 2018

Kronenbourg SAS est un contributeur majeur à la croissance des 3 segments les plus dynamiques du marché. En 2018, le poids des bières sans alcool, des bières aromatisées et des bières de dégustation progresse encore dans les ventes totales de Kronenbourg SAS pour représenter aujourd'hui 29,2 % des ventes (+ 1,4 point par rapport à 2017).



Cette évolution conséquente est notamment le résultat de la croissance de 30 % <sup>(4)</sup> des ventes de Tourtel Twist dans le sans alcool, des performances de Grimbergen avec une augmentation de 12,7 % <sup>(4)</sup>.

### Une croissance soutenue par l'innovation : Kronenbourg SAS réalise 45 % du volume des innovations liquides en 2018

Pour la sixième année consécutive, Kronenbourg SAS occupe le haut du podium de l'innovation liquide sur le marché de la bière. Une performance qui confirme que l'innovation est l'un des fondamentaux de la brasserie depuis plus de 355 ans.

En 2018, Kronenbourg SAS réalise 45 % <sup>(3)</sup> des volumes générés par les innovations liquides dans la catégorie bière. 3 nouvelles références de Kronenbourg SAS, lancées en GMS, se placent dans le Top 10 des innovations 2018 : Skoll Caïpiroska, Grimbergen Héritage de l'Abbaye et Tourtel Twist citron vert et notes de menthe.

Tourtel Twist citron vert et notes de menthe est l'innovation n°1 en 2018 et réalise à elle seule 26 % du volume total des innovations liquides, soit 2,5 fois plus de volume que la deuxième. Lancée en 2015, Tourtel Twist, boisson à base de bière sans alcool 0,0° et de jus de fruit, sans colorant, sans édulcorant et sans conservateur, s'affirme comme la meilleure innovation bière de ces 10 dernières années avec plus de 3 millions de foyers conquis <sup>(5)</sup> et un taux de ré-achat de 52 %<sup>(5)</sup>.

Kronenbourg SAS reste en outre le leader incontesté du sans alcool (hors panachés) en France, réalisant 70 % de parts de marché.

Les innovations les plus récentes, de moins de 5 ans, tirent particulièrement cette croissance. Représentant plus de 100M€ dans le portefeuille de Kronenbourg SAS, elles pèsent 9,8 % en volume et 12,1 % en valeur.

### **Kronenbourg SAS augmente ses ventes de + 3,8 % <sup>(3)</sup> en 2018**

Dans un contexte de marché dynamique et de conditions météorologiques favorables, les ventes de Kronenbourg SAS ont enregistré une croissance en volume de + 3,8 % pour atteindre un chiffre d'affaires de 972 M€ <sup>(3)</sup>, en croissance lui aussi de + 3,8%.

Les ventes ont progressé de + 4,5 % <sup>(3)</sup> en GMS et de + 1,1% en CHD.

## **EN 2019, KRONENBOURG SAS INVESTIT ET S'INVESTIT POUR TRANSFORMER LE MARCHÉ DE LA BIÈRE EN FRANCE**

Fidèle à son rôle de brasseur de référence, Kronenbourg SAS continue de s'inscrire en 2019 dans une démarche d'innovation et de développement. En grande distribution comme dans le circuit de la consommation hors domicile, elle s'investit autant dans la création de nouvelles bières que dans le lancement de nouvelles expériences en CHD. Dès 2019, Kronenbourg SAS investit 45M€ dans sa brasserie d'Obernai sur les 100M€ annoncés et s'engage auprès de la filière brassicole : de l'épi au demi.

### **Investir dans l'innovation produit**

Depuis le début 2019, Kronenbourg SAS a lancé 3 nouveautés en GMS :

- Grimbergen Pale Ale (dégustation)

Avec le lancement début janvier 2019 de son innovation Pale Ale, Grimbergen réussit le pari de rendre les bières d'Abbaye plus accessibles et de s'ouvrir à un public nouveau. Le lancement de cette nouveauté s'inscrit dans la tendance de fond des consommateurs à valoriser leur panier d'achat avec des bières aux goûts plus sophistiqués. Pale Ale vient renforcer l'offre de bières de dégustation de la marque Grimbergen composée de Grimbergen Blonde, Grimbergen Blanche, Grimbergen Ambrée, Grimbergen Triple d'Abbaye (lancée en 2017) et Grimbergen Héritage de l'Abbaye (lancée en 2018).

- Tourtel Twist Pêche (sans alcool)

Disponible depuis février 2019, Tourtel Twist au jus de pêche est la 7<sup>e</sup> variété de de cette marque numéro 1 du segment des bières sans alcool<sup>(6)</sup>. Avec cette nouvelle recette inédite au jus de pêche, première variante « fruit du verger » dans sa gamme, Tourtel Twist répond aux attentes des consommateurs en diversifiant et élargissant sa palette de goûts. Le tout toujours sans alcool 0,0 %, sans colorant, sans édulcorant et sans conservateur. Ce nouveau goût vient s'ajouter aux traditionnelles recettes à base d'agrumes, de fruits rouges ou sa recette plus sophistiquée à base de jus de citron vert et notes de menthe.

- Skøll Moscow Mule (aromatisée)

Un an après sa saveur Caipiroska qui s'est classée dans le TOP 10 des innovations bière en 2018<sup>(7)</sup>, Skøll lance en 2019 Skøll Moscow Mule qui a débarqué en février au rayon bière. Avec cette nouveauté alliant bière, arôme de vodka, gingembre et citron vert, la marque continue d'innover en s'inspirant de cocktails tendance, ici le célèbre Moscow Mule, présent dans le TOP 10 des cocktails les plus vendus en 2017<sup>(8)</sup>. Skøll poursuit ainsi son ambition, exprimée par sa signature « Explores the Unknown », d'explorer des recettes de bières jusque-là inconnues en France pour répondre encore un peu plus aux attentes des amateurs de recettes originales.

Mais les innovations de l'année 2019 n'ont pas encore toutes été dévoilées. Plusieurs nouveautés feront ainsi leur apparition dans les prochains mois en CHD et GMS dans les segments des bières blondes, des bières de dégustation et du sans alcool.

### **Investir dans le renouvellement de l'expérience en CHD**

Le service à la pression dans un bar, une brasserie, un restaurant, un pub ou un établissement de nuit est la meilleure expérience bière que peut vivre un consommateur. Fort de cette conviction, Kronenbourg SAS a la volonté de s'engager toujours davantage avec la filière aval. 2 initiatives majeures ont été réalisées en 2018 :

- Le Tigre, une brasserie ouverte en fin d'année à Strasbourg où des brassins non filtrés et non pasteurisés exclusifs, conçus et finalisés sur place à La FabriK, ont renouvelé « l'expérience consommateur ».
- L'Atelier 1664 en mai à Paris où les consommateurs ont pu découvrir un brassin exclusif et éphémère, et vivre diverses animations autour de la bière.

En 2019, Kronenbourg SAS renouvelle son initiative de brasserie éphémère, l'Atelier 1664, à la même adresse mais sur une période plus longue (le mois de mai entier) et avec encore plus d'expériences autour de la bière 1664.

### Investir dans la filière brassicole : de l'épi au demi

En 2019, avec la volonté de s'inscrire encore davantage dans la filière brassicole française, Kronenbourg SAS investit en amont dans la filière houblon, en aval dans le recyclage des contenants et dans sa brasserie à Obernai en Alsace.

- Investissement dans la filière amont

Kronenbourg SAS s'engage à soutenir le plan de recherche du **Comptoir agricole** pour les 5 années qui viennent à hauteur de 300 K€. L'objectif est de développer de nouvelles variétés de houblon répondant à la fois à des enjeux agronomiques et pédoclimatiques mais également aux besoins du marché brassicole.

- Investissement dans la filière aval

. Pour favoriser les bons usages du recyclage, Kronenbourg SAS s'associe avec **UZER** qui développe des solutions permettant d'accompagner les consommateurs dans leurs démarches écoresponsables, de l'achat de leurs produits au tri de leurs emballages. Uzer a développé « Eugène », une application mobile gratuite, qui permet de scanner les produits pour décrypter leurs étiquettes (valeurs nutritionnelles, additifs, allergènes) et savoir comment recycler leurs emballages en fonction des règles de tri locales. L'application permet aussi de mesurer l'impact de sa consommation, et de créer une liste de courses à partir des produits scannés. Afin de rendre l'usage de « Eugène » plus collaboratif et plus simple au quotidien, la start-up a également développé un petit boîtier connecté du même nom qui s'installe dans la cuisine. Plus besoin de sortir son smartphone à chaque fois que l'on souhaite s'informer sur un produit, et tout le monde dans le foyer apprend à mieux trier de façon ludique. .

. Dans le cadre de la feuille de route sur l'économie circulaire qui vise à donner aux Français les moyens d'agir à travers une consommation plus durable et de réaliser des progrès en matière de tri des déchets, Kronenbourg SAS s'inscrit comme partie-prenante de l'Accord 100 % recyclage des bouteilles en verre à l'horizon 2030. Les bouteilles en verre utilisées sont recyclées à 86 % actuellement et sont composées de 75 % en moyenne de verre recyclé (calcin).

### Investir dans la brasserie à Obernai : 100M€

En août 2018, Kronenbourg SAS a annoncé un plan d'investissement de 100M€ dans sa brasserie à Obernai, la plus grande brasserie de Carlsberg en Europe. Ce site de 70 hectares à la capacité de production de 7 millions d'hectolitres, soit environ 3 milliards de demi, et équipé de 14 kilomètres de voie ferrée, célèbre ses 50 ans cette année.

Cet investissement est destiné à moderniser la brasserie. Il va accroître ses capacités de production (40 % de l'investissement total), moderniser ses équipements (40% de l'investissement), et permettra des avancées en matière d'environnement, de santé et de sécurité des salariés (20 % de l'investissement).

Dès la mi-2019, des travaux d'un montant de 45M€ vont débuter avec la construction d'une nouvelle ligne de production d'une capacité annuelle de 500 000 hectolitres et l'augmentation de ses capacités de stockage des palettes de produits finis de + 30% (soit + 20 000 palettes).

Historiquement, le choix de l'implantation de la brasserie a été guidé par la proximité de ses matières premières. Le circuit court producteur-fournisseur reste privilégié des ingrédients aux contenants :

- Ingrédients : l'eau provient de la nappe phréatique des Vosges, le houblon vient en partie de l'Alsace et 97 % des céréales, ce qui représente l'achat annuel de 80 000 tonnes de malt de céréales, proviennent du Grand Est.
- Contenants : 1,5 milliard de bouteilles sont approvisionnées chaque année auprès du site de OI (Owens Illinois) de Gironcourt dans les Vosges. 100% des cartons ondulés sont fabriqués en Alsace à Kunheim.

Les ingrédients majoritairement originaires du grand -Est et la production de ses bières en Alsace ont permis à ses 2 marques patrimoniales françaises (Kronenbourg et 1664) d'afficher leur « Origine France Garantie ». Kronenbourg SAS a été la première entreprise agroalimentaire et le premier brasseur à avoir obtenu le label "Origine France Garantie" dès l'origine de PRO FRANCE en 2011.

La stratégie logistique de Kronenbourg SAS, à partir de sa brasserie, privilégie également les modes de transport vertueux, contribuant significativement à l'amélioration de la qualité de l'air. Ainsi 160 ans après avoir été à l'initiative de la création des « trains de la bière » entre l'Alsace et Paris, l'entreprise perpétue toujours ce mode transport qui permet de diviser l'empreinte carbone par 11 vs la route)<sup>(9)</sup>.

### **S'engager au travers du programme de Développement Durable « Ensemble vers un impact Zéro »**

Kronenbourg SAS, forte de 355 années d'existence, s'inscrit dans une démarche de croissance durable respectueuse de l'environnement dans lequel elle exerce son activité. Elle développe cette stratégie en synergie avec celle du Groupe Carlsberg « Ensemble vers un impact Zéro » et affiche 4 priorités avec des objectifs à l'horizon 2030 :

- **Zéro** Empreinte carbone : l'objectif à l'horizon 2030 est zéro empreinte carbone à la brasserie et une réduction de -30 % sur l'ensemble de la chaîne de valeur, de l'amont à l'aval.
- **Zéro** Gaspillage d'eau : à l'horizon 2030, l'objectif est de réduire l'empreinte eau de 50 %.
- **Zéro** Consommation irresponsable : Kronenbourg SAS s'implique pour initier et accompagner des démarches d'amélioration continue dans la lutte contre la consommation excessive d'alcool.
- Objectif **Zéro** Accident

## Sources :

- (1) selon une étude réalisée par le Reputation Institute en juillet 2018 sur l'image de la bière et des brasseries en France.
- (2) Kantar WorldPanel – Consommation à domicile
- (3) ABF
- (4) Kronenbourg SAS
- (5) Source Kantar P7 2018
- (6) IRI - HMSM Mag- YTD P12 2018
- (7) IRI YTD P9 2018 HMSM
- (8) Source : World's 50 best Selling Classic Cocktails 2017
- (9) Source : étude TK'Blue Agency – mars 2018)

## KRONENBOURG, BRASSEUR FRANÇAIS 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 30 % 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 nouvelle bière tendance), Tourtel Twist (une boisson à base de bière 0,0 % d'alcool et de jus de fruit), ...

Kronenbourg, c'est plus de 1200 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@orange.fr

### SUIVEZ-NOUS

[www.kronenbourg.com](http://www.kronenbourg.com)  
 [www.facebook.com/Kronenbourg.sas](https://www.facebook.com/Kronenbourg.sas)  
 [https://twitter.com/kronenbourg\\_sas](https://twitter.com/kronenbourg_sas)

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