

18 février 2016

KRONENBOURG

1^{er} BRASSEUR FRANÇAIS⁽²⁾

CONFIRME SON ROLE DE LOCOMOTIVE DE LA BIÈRE EN FRANCE

2015

Gain de + 0,7 point de part de marché⁽¹⁾ en volume,
croissance de + 6 %⁽²⁾ du chiffre d'affaires et 1 million de foyers supplémentaires⁽³⁾

2016

Poursuite de la stratégie d'innovation avec le lancement de 7 nouveaux produits
et la mise en œuvre de 2 partenariats avec des brasseries artisanales

Aujourd'hui à Paris, **Marc Vermeulen, Président Directeur Général de Kronenbourg SAS**, a présenté les résultats 2015 de l'entreprise, exposé sa vision du marché de la bière en France et tracé les perspectives de l'année 2016.

La stratégie initiée il y a 3 ans s'avère gagnante. Elle repose sur 3 piliers : la montée en gamme du portefeuille en phase avec l'évolution du marché, l'accélération de l'innovation avec des offres nouvelles et une visibilité accrue des marques de l'entreprise.

« En 2015, Kronenbourg a accéléré sa croissance avec une augmentation de + 6 % de son chiffre d'affaires et un gain de + 0,7 point de part de marché, le tout en gagnant 1 million de nouveaux foyers. Le marché de la bière bouge, l'image de la bière progresse, la bière devient « tendance ». Kronenbourg y participe très largement notamment par sa dynamique d'innovation. » précise Marc Vermeulen.

Après un bilan des actions entreprises en 2015, il a dévoilé les nouvelles initiatives du 1^{er} brasseur français pour 2016, « une année qui s'annonce encore riche en nouveautés et en évènements ! »

Marc Vermeulen a aussi affirmé « je suis fier de voir que Kronenbourg a renoué avec le succès pour la 2^{ème} année et je remercie tous les salariés qui s'impliquent et se mobilisent chaque jour pour faire de Kronenbourg la locomotive de la bière en France ».

▪ EN 2015, KRONENBOURG GAGNE + 0,7 POINT DE PART DE MARCHÉ VOLUME GRACE A SA DYNAMIQUE D'INNOVATION

En 2015, Kronenbourg a continué de conquérir des parts sur un marché en croissance et s'est aussi affirmée, pour la 3^e année consécutive, comme le premier innovateur en volume du marché⁽¹⁾.

Kronenbourg est le 1er contributeur au développement de la bière en France⁽¹⁾

Ces 3 dernières années, le portefeuille de Kronenbourg SAS s'est développé à un rythme soutenu. Trois nouvelles marques ont été lancées : Skøll, K by Kronenbourg et Tourtel Twist. Chaque année, environ 15 nouvelles références et 5 nouveaux produits signés par l'entreprise ont fait leur apparition sur le marché.

Cette dynamique d'innovation porte ses fruits : en 2015, Kronenbourg SAS a fourni **47 % des volumes générés par les innovations⁽¹⁾**.

Tourtel Twist, boisson à base de bière sans alcool et de jus de fruit, s'impose comme la meilleure innovation bière depuis 10 ans en termes de nombre d'acheteurs⁽³⁾. Lancée fin 2014 simultanément dans les cafés, hôtels, restaurants et en grande distribution, Tourtel Twist connaît un formidable succès. Après un an de commercialisation, ce produit a déjà été acheté par 1,4 million de foyers, avec un taux de ré-achat très élevé, supérieur à 52 %⁽¹⁾. « *C'est un très beau succès. Tourtel Twist a réveillé le marché des bières sans alcool qui a bondi de près de 40 % en 2015⁽⁵⁾* » souligne Marc Vermeulen.

Kronenbourg a aussi boosté ses ventes en volume grâce à des innovations et de nouvelles offres dans les segments : « Tendances » avec des ventes en croissance de + 27 % (Skøll et K by Kronenbourg)⁽¹⁾, « Fruités » avec + 23 % (1664 Rosé, Kro jus d'agrumes et Grimbergen Kriek)⁽¹⁾ et « Dégustation » avec + 25 % (dont Grimbergen et 1664Millésime)⁽¹⁾.

La part de marché de Kronenbourg tous circuits confondus gagne + 0,7 point

La **part de marché globale augmente de + 0,7 point** en volume dont **+ 0,8 point en GMS⁽¹⁾** où le portefeuille de marques de Kronenbourg est leader du marché. **Sur le circuit de la consommation hors domicile (en fût à la pression), sa part de marché en volume progresse de + 0,4 point⁽²⁾**.

Sur le total du marché, la marque Kronenbourg a stabilisé ses ventes et 1664 a connu une forte croissance de + 8 %⁽²⁾. Grimbergen confirme son immense succès et voit ses ventes en volume progresser de + 18 %⁽²⁾ et sa part de marché en grande distribution de + 0,5 point⁽¹⁾. Grimbergen a doublé son chiffre d'affaires en trois ans⁽²⁾. De son côté, Skøll a vu ses volumes croître de + 39%⁽²⁾.

En 2015, Kronenbourg a gagné avec ses produits **1 million de nouveaux foyers soit près de 4 % du total des foyers français⁽³⁾**.

Le chiffre d'affaires de Kronenbourg SAS a progressé de + 6% en 2015⁽²⁾. Kronenbourg développe la catégorie et participe avec son large portefeuille à répondre à l'évolution des attentes des consommateurs vers plus de goût (dégustation), moins ou pas d'amertume (tendances, aromatisées) et des boissons sans alcool.

▪ LA BIÈRE EN FRANCE EN 2015 : UN MARCHÉ QUI BOUGE, UNE IMAGE QUI PROGRESSE

Croissance stabilisée des volumes

En 2015 et selon nos estimations, le marché a progressé, dans les mêmes proportions qu'en 2014, soit + 2,9 %⁽²⁾. Les ventes en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) augmentent de + 4,9 %⁽¹⁾ tandis que la consommation hors domicile (CHD) est en recul de - 0,8 %⁽²⁾.

La consommation a augmenté sous l'effet d'une météo favorable et de la poursuite de la diversification de l'offre dans les segments de la dégustation (+ 15 %)⁽¹⁾, des aromatisées (+ 22 %)⁽¹⁾ et du sans alcool (+ 37 %)⁽¹⁾. Les bières artisanales confirment leur bonne dynamique.

La bière continue à gagner des consommateurs. En 2015, **300 000 foyers supplémentaires ont consommé de la bière par rapport à 2014.**⁽³⁾

En 2015, près de 20% de la croissance⁽¹⁾ de la catégorie bière provient du sans alcool, c'est-à-dire essentiellement de Tourtel Twist.

Une image qui progresse

L'image de la bière progresse auprès des Français et des Françaises de + de 18 ans. Son statut est mieux reconnu et sa perception évolue favorablement, comme l'indiquent les principaux indicateurs qui progressent dans une enquête Millward Brown effectuée en septembre 2015 : « **c'est tendance** » **gagne 9 points** et « **a bon goût** » **augmente de 7 points**. La bière convainc ainsi un public de consommateurs de plus de 18 ans de plus en plus large. Selon cette même enquête, **85 % des Français de plus de 18 ans consomment de la bière**, ce qui représente un gain de 6 points en 1 an dont un saut de 8 points en ce qui concerne les femmes, de plus en plus nombreuses à apprécier la boisson houblonnée.

La multiplication des événements brassicoles grand public et le développement de campagnes de communication d'envergure favorisent cette évolution positive, en contribuant à une meilleure connaissance de cette boisson « *dont on ne sait pas assez qu'elle est noble et composée d'ingrédients issus de la nature* » comme le rappelle Marc Vermeulen.

A Paris et en région, la bière s'expose à différentes périodes de l'année. De nombreux salons et rassemblements donnent une meilleure visibilité à la bière et l'ouvrent à des publics plus larges à travers des programmes diversifiés d'ateliers, de rencontres, de conférences, de démonstrations de brassage et de dégustation dans le cadre d'une consommation responsable. C'est le cas du salon « Planète Bière » à Paris dont la seconde édition se tiendra les 20 et 21 mars prochain (Kronenbourg y sera présent avec une offre originale de cocktails à la bière) ou de l'événement « Au Gré des Bières » à Strasbourg, organisé par Les Brasseurs d'Alsace fin mai.

Pour mieux se faire connaître, la bière s'affiche également, avec des messages forts notamment par la campagne de communication collective lancée en 2015 par les Brasseurs de France et qui se poursuivra en 2016, tout au long de l'année sur le même thème : "Brassons les idées reçues". L'objectif est de casser de fausses perceptions qui peuvent persister sur la bière et sa consommation, d'interpeler le grand public sur la richesse et la diversité trop souvent encore méconnues de cette boisson.

▪ **KRONENBOURG POURSUIT SA STRATEGIE D'INNOVATION ET MET EN ŒUVRE 2 PARTENARIATS EN 2016**

2016 sous le signe de l'innovation : 7 nouveaux produits

Depuis plusieurs années, Kronenbourg SAS développe l'offre **bière la plus complète du marché** avec un portefeuille de marques (Kronenbourg, 1664, Grimbergen, Carlsberg, Skoll et Tourtel Twist) capable de satisfaire toutes les demandes des consommateurs.

En 2016, Kronenbourg va lancer 14 nouvelles références et 7 nouveaux produits. L'entreprise poursuit ainsi sa stratégie de portefeuille et d'élargissement de son offre dans plusieurs segments : les bières de « Dégustation », les « Aromatisées », les « Tendances » et le « Sans-alcool ».

- **Sur le segment des bières de « Dégustation », Kronenbourg innove avec Grimbergen Elixir, Kronenbourg Tigre Bock lancé en GMS et le nouveau brassin 2016 de 1664 Millésime**

La nouvelle **Grimbergen Elixir**, lancée en janvier, dévoile une complexité aromatique riche et subtile qui repose sur une recette unique et originale : les Maîtres Brasseurs ont méticuleusement sélectionné et assemblé trois malts de caractère pour composer une bière de dégustation destinée aux amateurs de goût.

Kronenbourg Tigre Bock, bière blonde de dégustation, après son lancement réussi en 2015 en CHD, sort sa griffe en 2016 en grande distribution à partir de février. Avec un goût affirmé et un look issu du patrimoine historique de la marque Kronenbourg et revisité, Kronenbourg Tigre Bock fait souffler un vent d'innovation dans ce segment. « Fraîche⁽²⁾ au goût franc », riche en arômes maltés et fruités, cette bière authentique répond aux attentes des consommateurs qui souhaitent conjuguer le goût frais d'une bière blonde et du caractère en bouche.

Le nouveau brassin **1664 Millésime 2016, lancé en février, a été élaboré avec la collaboration du chef français Philippe Etchebest**, installé depuis quelques mois à Bordeaux. Il s'agit là de la première bière conçue en partenariat avec un grand cuisinier. Pour la première fois de leur histoire, les Maîtres Brasseurs ont travaillé en étroite collaboration avec un grand cuisinier pour développer la recette 2016 de 1664 Millésime. Résultat de ce brassage de talents, brassicoles et culinaires, 1664 Millésime révèle en cette année 2016 un caractère unique et une complexité rare à travers le parfait équilibre entre le caractère dominant du malt torréfié et les notes parfumées de houblon. Un nouveau brassin qui offre encore plus de saveur et d'intensité, selon le souhait de Philippe Etchebest. Rappelons que le brassin 2015 a été sacré « World Best Lager 2015 » aux World Beer Awards.

- **Sur le segment des « Aromatisées » la gamme s'enrichit de 2 nouvelles variétés : 1664 Passion/citron vert et Grimbergen Alliance de Pêches**

La catégorie des bières au goût fruité connaît un succès grandissant, affichant une croissance en volume 4 fois supérieure à celle du marché⁽¹⁾. Ce dynamisme est tiré par la performance de 1664 et ses extensions, dont 1664 Fruits Rouges qui caracolait déjà dans le TOP 10 des innovations⁽¹⁾ après seulement 6 mois de lancement. En 2016 sur le même segment, Kronenbourg innove avec audace en lançant en mars la première bière double saveur : **1664 Passion-Citron Vert**. Du jamais vu dans cette catégorie ! Cette nouvelle bière fraîche et fruitée porte à 8 le nombre de saveurs qui composent la gamme 1664. Finement pétillante, à la robe jaune orangé, proposant un parfait équilibre entre la fraîcheur d'une bière blanche et la richesse du jus de fruit de la Passion et Citron Vert, elle répond aux attentes des consommateurs de plus en plus attentifs à la fraîcheur combinée à des goûts inédits.

2^e innovation 2016 pour Grimbergen, **Grimbergen Alliance de Pêches** vient renforcer à partir de mars une gamme très étoffée entre références fruitées, classiques et brassins saisonniers qui se distinguent par leurs goûts de caractère, subtils ou prononcés... mais toujours intenses. Aux côtés de Grimbergen Elixir, cette nouvelle bière de dégustation fruitée, mariage des notes épicées si caractéristiques de la bière Grimbergen et de véritable jus de pêches jaunes et blanches, est la dernière-née de ces bières d'Abbaye d'exception.

- **L'offre des « Tendances » s'étoffera avec un produit nouveau chez SkØll à découvrir prochainement...**
- **La famille des « Sans alcool » s'agrandit avec une 3^e saveur « Orange sanguine » pour Tourtel Twist :**

Tourtel Twist qui existait sous deux versions, « Agrumes » et « Citron », développe son offre en 2016 avec une 3^e saveur à l'**Orange sanguine** lancée en février. Un mix inédit entre l'orange sanguine gorgée de soleil et le malt de la bière sans alcool 0,0 %.

Kronenbourg SAS met en œuvre 2 partenariats avec les brasseries Pietra et Brooklyn pour distribuer leurs gammes en France

Kronenbourg a conclu des accords de partenariat de distribution exclusive avec 2 célèbres brasseries : Pietra, la brasserie Corse et Brooklyn, la brasserie américaine. Le choix de ces partenaires s'appuie sur le caractère emblématique de ces 2 marques, Pietra étant l'une des toutes premières brasseries artisanales à s'être développée depuis 20 ans ouvrant la voie à l'essor des bières régionales en France et Brooklyn étant l'une des plus grandes ambassadrices de par le monde des bières artisanales américaines (les craft beers). Ces partenariats vont permettre à Kronenbourg de renforcer son portefeuille de marques sur le segment des bières régionales uniquement dans le circuit du hors domicile, et sur celui des bières du Monde tous circuits confondus.

- La brasserie **Pietra** a été fondée par Armelle et Dominique Sialelli en 1996. Le nom provient du village de **Pietraserenà** dont est originaire la famille Sialelli. La brasserie est installée en Corse à Furiani, près de Bastia. Aujourd'hui, la brasserie Pietra est devenue un véritable emblème de l'île de beauté, et l'une des plus importantes brasseries régionales en France. Elle offre une gamme complète de bières notamment : Pietra, Pietre bionda, Pietra Rossa et Colomba (blanche). Pietra et Pietra Bionda ont la particularité d'être fabriquées à partir d'un mélange de malt et de farine de châtaigne corse.
- La brasserie **Brooklyn** a été créée à **New-York** en 1984 par Steve Hindy, adepte des « craft beers » américaines. L'objectif initial était d'apporter une bière d'un caractère nouveau à la ville de New York. En 1996, devant le succès rencontré, la brasserie se développe et conçoit de nouvelles installations et de nouvelles recettes. Aujourd'hui, Brooklyn propose la bière la plus célèbre de l'entreprise, la *Brooklyn Lager*, ainsi que des bières de saison. La brasserie commercialise aussi tous les quatre mois une bière du moment. Ces bières constituent une sélection « historique », puisqu'elle ne sont brassées qu'un temps avant de disparaître.

Kronenbourg SAS : fournisseur unique de bières du plus grand événement populaire 2016 en France*

En 2016, la France va accueillir l'événement le plus populaire et le plus convivial de toute l'Europe. Kronenbourg SAS entend y jouer pleinement son rôle de brasseur leader innovant et responsable en s'appuyant sur son savoir-faire brassicole ainsi qu'en s'engageant en faveur d'une consommation modérée qu'elle recommande depuis des années.

Kronenbourg SAS, premier brasseur français, sera le fournisseur exclusif bière des points de vente éphémères créés à l'occasion du plus grand événement populaire de l'année 2016 qui se déroulera du 10 juin au 10 juillet 2016 en France. Elle assurera la production, la livraison et la bonne mise à disposition de boissons sans alcool au niveau des buvettes et des restaurants dans les stades⁽⁴⁾, ainsi que des bars « Carlsberg Suite » dans les espaces d'animation installés pour l'occasion par les 10 villes concernées : Saint-Denis, Paris, Marseille, Lyon, Lille, Bordeaux, Saint-Étienne, Nice, Lens, et Toulouse. Pendant les quatre semaines que durera l'événement, Kronenbourg SAS mettra en œuvre son excellence brassicole et proposera son offre de boissons sans alcool tout en promouvant une consommation modérée et responsable.

- **L'excellence brassicole française de Kronenbourg SAS au service du plus grand événement populaire de 2016**

25 ans d'expérience des plus grands événements populaires français, alliés à un large portefeuille de marques, ont donné à Kronenbourg SAS une véritable expertise de la logistique et un savoir-faire unique à délivrer des produits de qualité. En 2016, le premier brasseur français s'apprête à mettre en place un dispositif hors normes jamais vu en France pour garantir aux points de vente des produits de qualité constante.

- **Kronenbourg SAS est engagée dans la promotion d'une consommation modérée et responsable**

Le sans alcool apparaît comme une réponse incontournable aux nouvelles attentes des consommateurs. Kronenbourg SAS, innovateur N°1 en volume de la bière sans alcool en France⁽¹⁾, avec une variété unique de boissons sans alcool - Kronenbourg Pur Malt, 1664 Sans Alcool, Tourtel Twist et Carlsberg 0,5° - permet ainsi à chaque consommateur de vivre et de profiter pleinement des événements populaires auxquels il participe.

A l'occasion du plus grand événement de 2016 et en tant qu'entreprise responsable, Kronenbourg SAS propose deux offres différenciées sans alcool : Tourtel Twist, boisson à base de bière sans alcool 0,0 % avec du jus de fruits, et Carlsberg 0,5°⁽⁵⁾. Pour rappeler ses bonnes pratiques et ancrer son engagement pour la promotion d'une consommation responsable, Kronenbourg SAS formalise sa « Charte de consommation modérée et responsable ». Un seul objectif : partager ses bonnes pratiques en matière de consommation pour permettre à chacun de bien profiter de cet événement phare en toute convivialité !

(1) CAM HMSMHO+@+Proxi IRI 2015

(2) Données estimées par Kronenbourg SAS

(3) Kantar 2015

(4) « Le Club » au Stade de France et « La brasserie Saint Once » au stade de Bordeaux

(5) Conformément à la réglementation française : bière inférieure à 1,2 % vol. alcool

KRONENBOURG, BRASSEUR FRANÇAIS DEPUIS 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 exceptionnel : 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),... Excellence Brassicole®, Innovation Partagée® et Responsabilité Solidaire® : c'est autour de ces 3 axes que notre entreprise, forte 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-Laura BENECH
Tél. : 01 42 61 51 64
jptuil@orange.fr

SUIVEZ-NOUS

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