

KRONENBOURG SAS ACCÉLÈRE SA TRANSFORMATION ET S'ADAPTE AUX NOUVELLES ASPIRATIONS DES FRANÇAIS

Kronenbourg SAS accélère sa transformation tous azimuts. Ses ventes se concentrent maintenant pour 38,5%⁽¹⁾ dans les bières sans alcool, aromatisées et de dégustation. Ces 3 segments de marché seront le théâtre du lancement de 5 innovations majeures en 2022 autour des marques Grimbergen et Tourtel Twist, cette dernière devenant fournisseur officiel du Tour de France pour la 1^{ère} fois. Cet élargissement du portefeuille a nécessité d'investir 8,2M€ dans des innovations technologiques exclusives dans notre brasserie d'Obernai afin de tirer la quintessence des capacités aromatiques du houblon et d'obtenir le meilleur de la levure. 6M€ supplémentaires seront également investis en 2022 pour augmenter les capacités de stockage de 5 % et de chargement de 30 %. Dans le même temps, la brasserie verra sa consommation d'eau par hectolitre de bière fabriquée baisser de 10% et son taux de recyclage des déchets avoisiner 94 %. Concernant son engagement en faveur de la transition agroécologie, Kronenbourg SAS lance en 2022 la 1^{ère} filière « d'orge responsable » en France avec les Malteries Soufflet qui se matérialisera dès 2023 par 20 % d'orge responsable dans le brassage de 1664. Par ailleurs et dans le circuit CHR, Kronenbourg SAS et sa Fondation d'entreprise s'associent avec Wanted dans une initiative de cafés solidaires en milieu urbain. Comme l'a affirmé Anders Røed, PDG de Kronenbourg SAS, « *Il faut profiter de l'élan d'optimisme ambiant autour de la bière avec comme mot d'ordre : la transformation* ».

La conférence de presse annuelle de Kronenbourg SAS a été l'occasion pour le nouveau Président Directeur Général de Kronenbourg SAS, **Anders Røed**, « *nommé depuis 3 mois quasi jour pour jour* », de se présenter et de tracer les perspectives de l'année 2022 et ses ambitions pour la bière en France et pour Kronenbourg SAS. Non sans enthousiasme : « *Moi qui ai travaillé sur de nombreux marchés, je peux vous affirmer que le marché français de la bière est probablement l'un des plus intéressants au monde !* »

Cet amoureux de la France, qui se dit lui-même « *sûrement le plus français des Norvégiens* » (Cf portrait en annexe), se réjouit en premier lieu de trouver dans l'Hexagone un marché de la bière « *très convivial, peut-être plus qu'ailleurs, et qui va de pair avec tout un univers du goût et de la table. Il y a encore beaucoup à développer dans ce sens. C'est un produit riche en histoire et en culture. Issue des traditions locales, la bière a d'ailleurs été inscrite au "patrimoine de la France" comme le vin. Chaque région est fière de sa production.* » Son autre constat : malgré la crise sanitaire, la période est restée particulièrement propice au développement de la bière, « *boisson plus que jamais tendance et ancrée dans son temps* ». Les nouvelles attentes, voire exigences, en matière de style de bière et de diversification des saveurs (sans alcool, saveurs aromatisées et houblonnées, bio...) ou dans les domaines sociétal et environnemental (préservation de l'environnement, solidarité, ...) sont autant de moteurs de changements et d'innovation.

LA TRANSFORMATION ACCÉLÉRÉE DU PORTEFEUILLE DE BIÈRES DE KRONENBOURG SAS

La bière voit son image s'améliorer, elle se *premiumise*, elle devient « tendance » et ancrée dans son temps et ses consommateurs sont de plus en plus nombreux. Les Français évoluent dans leurs modes de consommation, recherchent dans la bière de nouvelles saveurs aromatisées ou un goût plus marqué et plus houblonné, avec plus de caractère. Ils se tournent aussi volontiers vers des produits moins alcoolisés, voire sans alcool du tout, le 0,0.

❖ **38,5 %⁽¹⁾ (+ 3,6pt en 1 an/ + 17,5pt en 6 ans) des volumes concentrés dans les bières sans alcool, aromatisées et de dégustation en 2021.**

Kronenbourg se donne le défi de transformer rapidement la composition de son portefeuille. Cette transformation qui a déjà été engagée depuis plusieurs années amorce aujourd'hui une phase d'accélération. Il s'agit de développer les segments des bières sans alcool, des bières aromatisées et des bières de dégustation. Pour rappel en 2010, ces 3 segments pesaient 10 % des volumes totaux, en 2015, ils étaient passés à 21 %, en 2020, ils atteignaient les 35 % et en 2021, le chiffre a encore progressé de + 3,6pt pour s'élever à 38,5 %. L'ambition est maintenant d'atteindre les 50 % à l'horizon 2025.

❖ **5 innovations majeures lancées en 2022 : 3 sans alcool et 2 en dégustation**

Pour atteindre cette ambition de 50 %, Kronenbourg poursuit sa transformation « à marche forcée » en partie grâce à une très forte innovation. En 2022, les consommateurs pourront ainsi découvrir 5 nouveautés dans 3 marques (1664, Tourtel Twist Bio et Grimbergen) sur les segments des bières sans alcool et des bières de dégustation.

Pour répondre à la demande des Français qui souhaitent des bières de caractère, Kronenbourg lance dès avril en Grande Distribution Grimbergen Cuvée 8,5, une bière intensément maltée, et Grimbergen Triple Hops, une bière généreusement houblonnée.

La demande de bière sans alcool ne cesse d'augmenter. Elle représente 12 % des ventes de Kronenbourg en Grande Distribution et l'ambition est de la porter à 18 % en 2025. Les amateurs de bières blondes sans alcool 0,0 ont ainsi pu découvrir dès le début de cette année 1664 Blanc 0,0°, une bière moelleuse aux arômes d'agrumes. Depuis quelques semaines, ont aussi fait leur apparition dans les rayons de nouvelles bières sans alcool aromatisées : une 3^e variété de Tourtel Twist Bio, duo de fruits rouges (framboise et cassis), et une nouvelle saveur de Tourtel Twist au jus de nectarine et notes de citron. De sorte que Kronenbourg SAS va conforter son leadership dans ce segment où elle représente déjà 60 % des volumes totaux.

❖ **Tourtel Twist devient fournisseur officiel du Tour de France à partir de 2022**

Avec l'ambition de faire grimper en image et en notoriété Tourtel Twist, Anders Røed a également annoncé officiellement que cette marque à succès de « boisson sans alcool à base de bière au jus de fruit et aromatisée » sera pour la 1^{ère} fois fournisseur officiel du Tour de France dès cette année et pour 3 ans. « Avec ce partenariat, nous entendons poursuivre le fantastique développement de Tourtel Twist qui aujourd'hui représente déjà 2 bières sur 100 consommées en France après seulement 7 ans d'existence ».

L'ADAPTATION DES ÉQUIPEMENTS DE FABRICATION ET DE LOGISTIQUE

« Cette transformation accélérée de notre portefeuille a bien évidemment des implications directes sur notre métier de brasseur et nécessite d'élargir notre savoir-faire brassicole », souligne Anders Røed. La croissance des bières de dégustation, notamment, nécessite de tirer toute la quintessence des ingrédients de la bière grâce à des innovations technologiques exclusives.

❖ 1 installation inédite de houblonnage à froid dotée nouvellement de 2 robots afin de tirer la quintessence des capacités aromatiques du houblon

Le houblon, épice de la bière, a concentré toute l'attention des équipes de Recherche & Développement de Kronenbourg. Cela aboutit à l'optimisation des capacités aromatiques du houblon grâce à une nouvelle et première installation de Dry hopping ou houblonnage à froid, dans la brasserie d'Obernai. Cette nouvelle technologie, qui diffère du houblonnage classique par le fait que le houblon est broyé dans une atmosphère sous vide, permet aux Maîtres Brasseurs de multiplier les possibilités de création pour élaborer les bières de type IPA (houblonnée et amère) ou Hoppy Lager (houblonnée avec une amertume plus légère) affichant une palette aromatique de fruits exotiques, d'agrumes, de notes herbacées que recherchent les consommateurs d'aujourd'hui. Cette installation de dry-hopping se double d'une autre innovation : deux robots se chargent d'ouvrir les sacs de pellets et assurent ainsi la sécurité des Maîtres Brasseurs en leur épargnant la manipulation de grandes quantités de houblon : plus d'1 tonne de pellets de houblons sont nécessaires pour élaborer 1000 hl de bière. Ce chiffre à lui seul donne la mesure de la pénibilité du travail que cela pourrait représenter. L'investissement total se monte à 5,8 millions d'euros.

❖ 2 nouveaux fermenteurs de nouvelle génération pour obtenir le meilleur de la levure

L'exigence des consommateurs et leurs connaissances de la bière ne font qu'augmenter. Aussi, la qualité des bières et la constance de leurs caractéristiques gustatives doivent être irréprochables. C'est pourquoi Kronenbourg s'est dotée de fermenteurs de nouvelle génération qui assurent une maîtrise encore plus pointue de la levure. Les Maîtres Brasseurs disposent de nombreuses données en temps réel qui affinent encore plus la maîtrise du processus de fermentation par rapport à une fermentation classique. Le mouvement du liquide a aussi un impact : ces nouveaux fermenteurs sont équipés d'un jeu complexe de tuyaux induisant dans la bière en fermentation un mouvement étudié également pour stimuler l'action des levures. Cette nouvelle technique conçue par le groupe Carlsberg a nécessité plus de cinq ans de développement et de tests. L'investissement total dans ces deux fermenteurs de 2000 hl chacun, et qui sont une première dans l'univers brassicole, s'élève à 2,4 millions d'euros.

❖ 6M€ investis pour accroître les capacités de stockage de 5 % et de chargement de 30 %

L'évolution du portefeuille de produits, avec sa plus grande diversité de bières et l'augmentation du nombre de références, nécessite de transformer également l'organisation logistique. Kronenbourg va ainsi investir 6 millions d'euros en 2022 pour augmenter de 5 % sa capacité de stockage et de 30 % sa capacité de chargement.

UNE IMPLICATION ENCORE PLUS FORTE DANS LES FILIÈRES AMONT ET AVAL

L'activité brassicole de Kronenbourg est ancrée dans le territoire local, avec une filière amont (céréaliers, malteurs, houblonniers) implantée dans le Grand Est, au plus près de la brasserie. « *C'est à la fois une tradition depuis l'origine de l'entreprise mais aussi une tendance sociétale de fond (le circuit court). Cette proximité nous donne aussi des responsabilités et nous nous attachons aussi depuis plusieurs années à accompagner la transition des modèles agricoles. A l'autre bout de la filière, avec l'aval (CHR), tout un travail d'innovation et d'accompagnement doit être poursuivi, notamment en ces temps de crise sanitaire qui l'a fragilisé* », indique Anders Røed.

❖ Lancement de la 1^{ère} filière « d'orge responsable » tracée en France avec Malteries Soufflet

Le houblon, l'épice de la bière, fait l'objet depuis 2019 au travers de la Fondation Kronenbourg de plusieurs expérimentations : d'une part, 7 houblonniers alsaciens étudient et développent la pratique de l'agro-écologie dans la culture du houblon et, d'autre part, le lycée agricole d'Obernai travaille autour d'un projet de houblonnière du futur. Le bilan de ces 2 projets pilotes sera communiqué fin 2022 – début 2023.

Un autre ingrédient naturel est indispensable à la fabrication de la bière : le malt, issu de la culture de l'orge. En 2022, Kronenbourg, avec Malteries Soufflet et Soufflet Agriculture, lance la 1^{ère} filière Orge Responsable tracée en France au travers de la marque 1664 et concrétise ainsi son engagement en faveur de la transition agroécologique. En pratique, dès 2022, 1664 blonde sera brassée avec 20 % d'orge responsable pour arriver progressivement à 100 % en 2026 (20 % de plus chaque année).

Cette nouvelle filière :

- réunit 45 agriculteurs partenaires dans le Grand Est et en Bourgogne,
- repose sur un cahier des charges de bonnes pratiques agroécologiques et une certification environnementale qui :
 - o favorise la biodiversité et la préservation de l'environnement
 - o contribue à la réduction de l'empreinte carbone
 - o assure une juste rémunération des pratiques culturelles spécifiques mises en œuvre par les agriculteurs
 - o garantit la qualité brassicole et aromatique

❖ Nouveau partenariat avec Wanted et leur initiative de cafés solidaires en ville

En aval de l'activité de brasseur, se trouvent des dizaines de milliers de cafés, de brasseries et de restaurants. Kronenbourg et sa Fondation d'entreprise soutiennent le rôle clé de ces lieux qui créent et maintiennent le lien social, renforcent la vitalité économique et culturelle des territoires et des villes, brassent des populations d'horizons divers, et contribuent ainsi à une société plus inclusive.

Depuis 2019, Kronenbourg SAS est partenaire de l'initiative « 1000 Cafés » qui a pour objectif d'accompagner des établissements dans leur implantation et leur développement en zone rurale dans des villages de moins de 3500 habitants.

En 2022, ce soutien s'étend à des cafés solidaires en ville grâce à l'association avec les fondateurs de Wanted. Ces derniers ont démarré en 2011 avec la création de Wanted Community, la plus grande

communauté d'entraide au monde sur Facebook aux plus d'1 million de membres actifs. En 2018, l'aventure prend un nouveau tournant avec un 1^{er} Wanted Café inauguré à Bordeaux. Un lieu de convivialité solidaire où se retrouvent les membres de la communauté dans un espace de confiance bienveillant, renforçant le lien entre habitants d'un même territoire pour favoriser l'émergence d'une entraide spontanée. La recette, résumée par Wanted : « *Des prix raisonnables au service d'une offre de qualité privilégiant des produits frais d'origine France et locale afin de garantir une rentabilité économique indispensable à toute entreprise. Une équipe chaleureuse, un accueil inconditionnel de tout public et une redistribution responsable de la valeur générée par le café : 2 % du chiffre d'affaires reversés à des initiatives solidaires, tablées et carte de fidélité solidaires, plats et café suspendus ... On vient car c'est bon et pas cher. On revient car on contribue TOUS ENSEMBLE à une société plus inclusive dans laquelle la restauration n'est qu'un prétexte pour mieux vivre ensemble.* »

En juin prochain, un second Wanted Café ouvrira ses portes à Paris, et 2023 verra l'inauguration en France d'un tiers lieu innovant, inspiré des mêmes valeurs.

Outre l'apport technique et de compétences octroyé par Kronenbourg SAS, la Fondation Kronenbourg financera des initiatives solidaires déployées dans ces lieux, avec l'objectif d'en amplifier l'impact social. Ce soutien s'inscrit parfaitement dans le projet de la Fondation Kronenbourg porté depuis plus de 25 ans : agir en faveur du lien social.

DES AVANCÉES ENVIRONNEMENTALES MAJEURES À LA BRASSERIE D'OBERNAI

Dans sa brasserie d'Obernai et afin de réduire son empreinte écologique, Kronenbourg transforme ses modes de fonctionnement pour faire baisser au maximum la consommation d'eau et augmenter le recyclage de ses déchets. A titre d'exemples :

❖ 10 % de réduction de la consommation d'eau par litre de bière fabriquée en 2022

En 2018, 4,94 litres d'eau étaient utilisés pour un litre de bière fabriquée à la brasserie. En 2020, les Maîtres Brasseurs de Kronenbourg SAS sont parvenus à passer sous la barre symbolique des 4 litres d'eau (3,94 litres) pour fabriquer 1 litre de bière. En 2021, il a fallu 3,81 litres d'eau pour 1 litre de bière soit une baisse de 23 % sur les 3 dernières années. En 2022, l'objectif est de descendre autour de 3,45 litres d'eau pour 1 litre de bière fabriquée soit une baisse considérable de 10 % par rapport à 2021. Un objectif atteint notamment en optimisant la récupération et la réutilisation d'eau issue de la filtration.

❖ Baisse de 30 % en 4 ans des déchets non recyclés pour atteindre un taux de recyclage global de 94 %

Un autre exemple de transformation réside dans la recherche systématique du recyclage des déchets. Aujourd'hui, 94 % des 6000 tonnes de déchets de la brasserie sont recyclés et valorisés. Ces 4 dernières années, Kronenbourg a réduit de 30 % ses déchets non valorisables. Des filières de récupération avec les industries papetière, du bois, de la plasturgie et de la métallurgie ont été mises en place. Un exemple : les housses des palettes de bouteilles vides (500 t/an et 2kg l'unité) sont recyclées pour réaliser les emballages de packs de canettes. Cela représente une économie pour la planète en termes d'empreinte carbone et pour Kronenbourg à la hauteur de 300 k€/an.

Sources : (1) IRI – Total annuel 2021

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 30 % du marché à travers un portefeuille de marques diversifiées : Kronenbourg, 1664, Grimbergen, Carlsberg, SkØll Tuborg, Tourtel Twist...

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.