

Juin 2020

KRONENBOURG SAS A POURSUIVI SON ACTIVITÉ PENDANT LA CRISE DU COVID-19 ET SE PRÉPARE A REBONDIR A L'APPROCHE DE L'ÉTÉ

Dans la situation de crise sanitaire rencontrée depuis la mi-mars, Kronenbourg SAS a été guidé prioritairement par la santé de ses salariés. *« Depuis toujours, Kronenbourg place l'Humain et la confiance au centre de ses préoccupations. Notre priorité absolue a d'abord été la sécurité et la protection de nos salariés ainsi que l'accompagnement des équipes »*, témoigne **Rémy Sharps**, Président Directeur Général de Kronenbourg SAS.

La brasserie a pu continuer de tourner en Alsace en plein cœur de la pandémie. Pendant cette période critique, des milliers d'hectolitres de bières ont été fabriqués et acheminés vers les grandes enseignes de la distribution (GMS), seul débouché après la fermeture administrative des Cafés, Hôtels et Restaurants (CHR). Pour ce faire, des contacts étroits et réguliers ont été entretenus avec les fournisseurs, pour l'essentiels locaux, et les clients.

Ce contexte inédit a permis de révéler une nouvelle fois les forces et spécificités de la Culture Kronenbourg à base de courage, de fierté d'appartenance, d'engagement, de cohésion et de solidarité. Cette période, à nulle autre pareille, a aussi mis en avant cette faculté de se réinventer face à de nouveaux défis et cette capacité à s'adapter que la brasserie a maintes fois manifestée au cours de ses 356 ans d'existence. *« Cette épreuve a agi comme un révélateur des fondamentaux de l'entreprise constate Remy Sharps, Président Directeur Général de Kronenbourg SAS. Ceux-là même qui lui ont permis d'être tricentenaire, de traverser en 356 ans d'autres crises, des guerres, des révolutions technologiques et économiques, en réinventant continuellement son modèle, son organisation, son activité. Parmi ces valeurs fondatrices qui se sont affirmées pendant cette période, il y a l'engagement des salariés avec le sentiment d'appartenance et d'entraide qui l'accompagne, l'esprit pionnier et les capacités de résilience. »*

Kronenbourg SAS, premier brasseur français, ressort de cette épreuve plus mobilisé que jamais pour soutenir son environnement et rebondir à l'approche de l'été. *« Cet événement inédit a ainsi permis de semer au milieu de ces difficultés de beaux moments de vie, de solidarité et d'élan pour tenir le cap tous ensemble. Nous pouvons dorénavant repartir avec encore plus de force. Car il s'agit aussi de penser « à la vie d'après » dans chaque secteur, la GMS et le CHD fortement impactés, avec la mise en place d'un plan de reprise d'une activité qui se doit d'évoluer mais en toute sécurité pour nos salariés et nos interlocuteurs »*.

TENIR LE CAP TOUS ENSEMBLE !

LA BRASSERIE A POURSUIVI SON ACTIVITE EN PLEIN CŒUR DE LA PANDEMIE

L'Alsace a été une région particulièrement touchée par la pandémie du Covid-19. L'implantation de la brasserie à Obernai a ainsi rendu la situation encore plus complexe à gérer.

- **Ancrée en Alsace, Kronenbourg SAS a vécu la crise au cœur de la pandémie**

Dès le mois de février, Kronenbourg SAS s'est organisée et a dû faire front très rapidement. En effet, le centre névralgique de l'entreprise, le site d'Obernai, a la particularité de se situer dans l'une des régions françaises les plus touchées par la pandémie et plusieurs collaborateurs ou leur entourage proche ont présenté des symptômes Covid-19.

Poursuivre la production en tant qu'entreprise de l'agroalimentaire, tout en assurant en interne en priorité la sécurité des salariés, la cohésion et le moral des équipes, cela représentait un double enjeu. Il a fallu adapter voire réinventer l'organisation du travail à la brasserie comme le relate **Stéphane Munch**, directeur du site d'Obernai.



« Personne n'est vraiment préparé à ce genre de crise. De plus, nous sommes dans la première région qui a pris de plein fouet la vague coronavirus. Dès le 17 mars, il a fallu réagir. J'ai pensé prioritairement à la sécurité des équipes qui venaient travailler tous les jours et du site. Car nous avons l'impératif, comme acteur de la chaîne agroalimentaire, de garantir la continuité de la production. Sans oublier la nécessité de maintenir nos levures, micro-organismes vivants, en activité pour permettre un redémarrage optimal lors du retour à la normale. »

La première des réactions : ne faire aucun compromis concernant la santé des équipes. La brasserie met en place des mesures sanitaires, réduit ses activités en même temps que ses partenaires des CHR se voient confinés. *« Nous nous sommes donc entièrement réorganisés. Il a fallu faire preuve de beaucoup d'adaptabilité et de flexibilité. »*

« C'est grâce à nos salariés de la brasserie mais aussi à l'implication de tous ceux qui sont restés fidèles au poste en télétravail que nous avons pu assurer la continuité de la production. La distance et le contexte ont même eu pour effet de renforcer encore davantage l'esprit ultra-collaboratif. Via des vidéos, les réseaux sociaux, nous n'avons cessé de nous tenir informés, de nous soutenir, de partager l'évolution de la situation, pour réussir à tenir le cap et passer cette épreuve ensemble », se félicite Remy Sharps.

- **Priorité aux mesures de protection des 1 200 salariés**

La première richesse d'une entreprise, c'est les femmes et les hommes qui la composent. Communiquer et maintenir le lien social demeure ainsi une dimension clé chez Kronenbourg SAS. La transparence de la direction vis-à-vis des salariés est le mot d'ordre.

Dès les premiers jours de la crise, bien avant que l'état d'urgence sanitaire ne soit déclaré en France (le 23 mars), les membres de la direction ont mis en place une cellule de crise. « *Nous nous réunissions chaque jour afin de suivre la situation, de nous adapter à son évolution, de rester vigilants et pertinents dans nos décisions. Nous nous sommes attachés aussi à maintenir un lien fort avec les équipes dans une période un peu spéciale* », explique **Rémy Sharps**.

Chaque jour les salariés étaient informés de la situation, des mesures sanitaires prises, de la marche de la brasserie et des nouvelles organisations du travail mises en place.

« *D'un point de vue personnel, confie Stéphane Munch, cette crise a été certainement la période la plus difficile de ma carrière. Vous sentez vraiment le poids des responsabilités, parce que la santé, la sécurité de votre personnel est directement engagé, que ça, ça n'a pas de prix, ce n'est pas négociable. Dans ces cas-là, il n'y a pas de super-héros, personne n'a de super pouvoirs, donc tout l'enjeu, c'est d'être bien entouré et de bien mesurer les risques, de prendre les bonnes mesures et de collectivement réussir à répondre à cette menace à laquelle vous faites face. Je pense qu'on y est parvenu au sein de Kronenbourg, on est prêt pour le rebond !* »



« *D'un point de vue personnel, confie Stéphane Munch, cette crise a été certainement la période la plus difficile de ma carrière. Vous sentez vraiment le poids des responsabilités, parce que la santé, la sécurité de votre personnel est directement engagé, que ça, ça n'a pas de prix, ce n'est pas négociable. Dans ces cas-là, il n'y a pas de super-héros, personne n'a de super pouvoirs, donc tout l'enjeu, c'est d'être bien entouré et de bien mesurer les risques, de prendre les bonnes mesures et de collectivement réussir à répondre à cette menace à laquelle vous faites face. Je pense qu'on y est parvenu au sein de Kronenbourg, on est prêt pour le rebond !* »

▪ **Solidaire avec le tissu local alsacien**

Très vite aussi, début avril, Kronenbourg a souhaité manifester sa solidarité, tout particulièrement à sa région. « *Kronenbourg est née et est établie depuis 1664 en Alsace. Il est un acteur économique majeur et le principal brasseur. Ce fort ancrage donne des responsabilités. Avec la Fondation Kronenbourg, nous avons souhaité venir en aide immédiatement afin de faire face à l'urgence de la situation mais également nous inscrire dans une volonté à long terme pour participer à résoudre l'après crise sanitaire* » explique **Remy Sharps**



L'entreprise a ainsi décidé de faire un don de 150K€ à travers la Fondation Kronenbourg à des projets visant à soutenir les personnes malades, les personnels soignants, mais aussi les populations les plus vulnérables que cette crise fragilise encore davantage. Ces dons sont alloués à l'hôpital d'Obernai, la Fondation universitaire des hôpitaux de Strasbourg et la délégation Alsace de la Fondation de France. En plus de ce soutien financier, des dons sont régulièrement consentis localement à base de masques de protection, de gel hydro-alcoolique, de blouses et de charlottes.

Toutes les épreuves traversées pendant cette crise ont révélé les fortes valeurs de Kronenbourg. Le besoin d'être uni, d'avoir le sens du collectif et l'esprit collaboratif face à cette pandémie s'est affirmé plus que jamais à la brasserie alsacienne. S'appuyer sur ces valeurs a permis de surmonter cette crise.

LA CULTURE KRONENBOURGEOISE REVELEE PAR LA CRISE

- **Courage et volontariat au rendez-vous**

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. « *Les volontaires ont afflué !* » se souvient **Stéphane Munch**. Au moment où la décision a été prise de réduire les lignes de production, l'ensemble des équipes de production a exprimé son souhait de se retrousser les manches et de reprendre le travail. « *A aucun moment, nous n'avons connu de souci d'effectif. C'était l'union sacrée de toute l'entreprise, salariés, encadrement, syndicats. Nous avons traversé ce tunnel constitué par la pandémie et ses conséquences unis et ensemble. Personne ne souhaitait que l'on empêche notre bière d'être brassée en Alsace. J'ai vu des gens fiers d'œuvrer au rebond de notre brasserie.* »

La même solidarité et la même réactivité se sont manifestées du côté des fournisseurs en amont de la production (rappelons que la brasserie utilise du malt en provenance du Grand Est, du houblon en partie alsacien, et les bouteilles sont fabriquées dans les Vosges voisines).

- **L'esprit pionnier et la rapidité d'adaptation**

Animée de son esprit pionnier, Kronenbourg s'est adaptée en mobilisant toute l'agilité nécessaire, en anticipant certaines décisions grâce à la mise en place d'une équipe de crise des plus réactives et en faisant preuve de bon sens.

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 se croisent. Dès le début du mois d'avril, le port du masque, les gestes barrières et les règles de distanciation ont commencé à être appliqués chaque jour avec beaucoup de vigilance.

« *Cette crise a révélé l'agilité de notre entreprise et de ses salariés. Du jour au lendemain, les salariés se sont mobilisés et ont fait preuve de capacités remarquables pour s'adapter au ralentissement de l'activité et au télétravail. Ce qui a permis d'assurer la continuité des organisations et d'appréhender le rebond à venir.* » constate **Rémy Sharps**

L'entreprise a aussi tiré des enseignements de cette crise qui lui permettent de sortir du confinement dans de bonnes conditions. Dans un premier temps, seuls les personnels utiles à la production de la bière ont été maintenus puis l'adaptation s'est faite au quotidien, en temps réel, avec toujours la priorité donnée à la sécurité et la santé des équipes. Progressivement, les équipes administratives vont réintégrer la brasserie et les bureaux.

- **La solidarité des équipes**

Pendant la période de confinement, le soutien et la cohésion des équipes se sont manifestés de nombreuses manières. Spontanément par exemple, les forces de vente, en télétravail à Paris et en région, ont pris l'initiative de créer des vidéos à destination des équipes de production à Obernai pour les soutenir, les encourager et leur exprimer tous leurs remerciements et reconnaissance.



- **Des capacités de résilience héritées de 356 ans d'existence**

Depuis 1664, la brasserie a dû affronter beaucoup d'épreuves, une révolution, plusieurs guerres, de profondes mutations sociales et économiques, et elle s'est toujours relevée. Ses valeurs, sa culture, sa capacité d'innovation, la cohésion d'équipe, une vision partagée avec ses partenaires en amont (producteurs) et en aval (ses distributeurs) jouent un rôle clé dans sa faculté à rebondir et se reconstruire.

Aujourd'hui, le succès de la reprise de son activité à la sortie du confinement repose sur l'ensemble des collaborateurs. *« L'union et la solidarité, des valeurs sur lesquelles se sont bâties au fil des siècles les capacités de résilience de Kronenbourg. Nous sommes prêts et mobilisés. Cette expérience nous a soudés et c'est ensemble que nous en tirons des enseignements pour être aujourd'hui les acteurs de la reprise. La préparation du redémarrage dans les conditions de sécurité liées aux consignes sanitaires va s'assortir d'un plan d'actions constructif. Pour repartir avec encore plus de force »*, s'en félicite **Rémy Sharps**.

REPARTIR AVEC ENCORE PLUS DE MOTIVATION ET DE FORCE !

KRONENBOURG SAS SE MOBILISE ET S'INVESTIT POUR SOUTENIR SON ENVIRONNEMENT

Il s'agit désormais pour Kronenbourg SAS de soutenir à la fois la société civile, la Grande Distribution française ainsi que les distributeurs et les établissements du CHR tout particulièrement touchés par plusieurs mois de fermeture.

De nombreuses initiatives sont prises par Kronenbourg SAS pour :

- faire vivre durablement après la crise sanitaire l'esprit d'entraide et de solidarité entre les Français,
 - rassurer les consommateurs sur l'origine française de ses produits et leurs ingrédients locaux,
 - réimplanter ses produits dans les linéaires de la Grande Distribution et les établissements du CHR,
 - développer l'attractivité de son offre bière auprès du Grand Public par le lancement de nouveaux produits et des campagnes massives de communication dans les Médias pour faire revenir les consommateurs,
 - proposer de nouveaux outils digitaux aux établissements du CHR pour s'adapter aux nouvelles conditions d'exploitation induites par le contexte sanitaire et l'évolution des comportements des consommateurs.
- **Un soutien dans la durée à la société civile alsacienne**

Dès les premiers temps de la crise, Kronenbourg a pris conscience de l'impact qu'elle aurait à long terme. « *Parallèlement à l'aide immédiate mise en place au travers de la Fondation Kronenbourg pour faire face à l'urgence de la situation dans les hôpitaux, nous avons aussi souhaité nous inscrire dans le long terme pour participer à résoudre l'après crise sanitaire* » explique Remy Sharps.

- **La Fondation Kronenbourg a fait un don de 100 K€ à la Fondation de France en Alsace.**

30 % de ce don a consisté à apporter en urgence une aide aux personnels soignants et aux personnes les plus vulnérables en Alsace pendant la crise sanitaire. Les **70 % restants vont accompagner dans la sortie de crise** les associations qui vont reprendre leurs activités auprès des plus fragiles. La Fondation de France dispose d'une Fondation régionale dans le Grand-Est (historiquement en Alsace puisque implantée à Strasbourg) depuis près de 30 ans. Celle-ci a donc une connaissance fine du tissu associatif local et des besoins.

- **Kronenbourg SAS : le partenaire bière de la Grande Distribution pour booster la saison d'été et faire perdurer la solidarité**

A l'entrée de la saison et à la sortie du confinement, Kronenbourg SAS entend jouer son rôle de 1^{er} brasseur français avec ses produits fabriqués localement en France à Obernai (67). Le Malt vient du Grand Est, une partie du houblon d'Alsace, les bouteilles des Vosges voisines et l'eau est puisée dans la nappe sous la brasserie.

L'accompagnement massif de la Grande Distribution repose sur l'aide à la réimplantation des références dans les linéaires, sur la poursuite d'actions de solidarité et sur le soutien de l'offre saisonnière du sans alcool et des bières blondes. Dès le 11 mai, **50 % de la force de Vente du CHR** encore à l'arrêt suite à la fermeture administrative des établissements **est venue renforcer, sur la base du volontariat, l'ensemble de la Force de Vente GMS** mobilisée pour revisiter les magasins et remplir les rayons des enseignes.

- **Le sans alcool au rendez-vous : une nouvelle campagne Tourtel et le lancement de la 1664 sans alcool 0,0°**

Tourtel Twist, une bière associée à la gourmandise du jus de fruit, le tout sans alcool 0,0°, lance une nouvelle campagne de communication et propose exceptionnellement pour l'été le format demi-palette pour implanter le produit dans les rayons en pleine saison.

En effet, Tourtel Twist, va pendant 4 mois **prendre la parole en TV et sur le digital** pour générer du trafic supplémentaire dans les magasins des enseignes. Cette campagne sera aussi relayée dans 350 magasins sur toute la France au travers de 700 écrans d'enseignes partenaires. Pour répondre à l'augmentation de la demande pendant l'été, une **nouvelle demi-palette de 144 packs basket** est mise à la disposition des enseignes pour alimenter avec le minimum de manutention leurs rayons.

Le portefeuille de Kronenbourg SAS en termes de bière sans alcool va s'agrandir avec le **lancement de 1664 Blonde 0,0° d'alcool dès début juin**. Précurseur sur le marché de la bière sans alcool dès 2000, Kronenbourg SAS n'a eu de cesse de rechercher de nouveaux standards de production et de participer à l'évolution de nouveaux modes de consommation. Depuis le lancement de 1664 Sans Alcool en 2014 (0,5%) et 1664 Blanc Sans Alcool en 2017 (0,5%), la marque a cherché à aller plus loin pour un liquide toujours riche en houblon mais sans aucun alcool (0,0%).

- **1664 « Origine France Garantie » en édition limitée anime le segment des bières blondes**

Les bouteilles et les packs 1664 arborent les couleurs du drapeau français et mettent en avant la certification OFG. Cette certification permet d'assurer aux consommateurs la traçabilité des produits et de préserver le savoir-faire français. Brassée en France, la bière 1664 bénéficie de la certification Origine France Garantie depuis la création du label en 2011. C'est avec du malt d'orge et de blé français, et le houblon Strisselspalt cultivé essentiellement en Alsace que la bière 1664 est brassée.



- Continuer à porter l'esprit solidaire dans l'après crise sanitaire

1664, ambassadrice du savoir-faire tricolore, s'associe à Tudigo et Origine France Garantie pour soutenir les entreprises françaises fragilisées par les effets de la pandémie de Covid-19. Parce qu'elle est une bière patrimoniale française brassée en Alsace depuis plus de 350 ans et qu'elle est certifiée Origine France Garantie depuis 2011, 1664 s'engage et apporte aujourd'hui son soutien aux acteurs du savoir-faire français. L'objectif de cet engagement solidaire est d'apporter un soutien financier très rapide aux entreprises pour assurer leur survie. Ce soutien financier prend deux formes :

- ✓ Un fonds de solidarité lancé par Origine France Garantie et Tudigo, et doté initialement de 55 000€. Ce montant sera complété dans les semaines et mois à venir par des opérations solidaires portées par 1664 dans les magasins de la Grande Distribution. **Au final, le fonds pourra être doté jusqu'à 400 000€.** Les montants du fonds seront entièrement reversés aux entreprises dans le besoin.
- ✓ Une mécanique d'abondement pour encourager et soutenir la solidarité des Français. Pour chaque euro versé par les internautes dans le cadre d'un achat ou d'un don à une entreprise française présente sur la plateforme 123Soutenonsnosentreprises.fr, la société Kronenbourg SAS doublera la somme (dans la limite de 5 000€ par entreprise). **L'abondement total pourra s'élever jusqu'à 100 000€.** Les sommes collectées viennent alimenter immédiatement la trésorerie des entreprises qui produisent en France.

1664 lance une campagne de communication massive pour faire connaître son « Origine France Garantie » et son engagement auprès de 123Soutenonsnosentreprises.fr. Cette nouvelle campagne met en scène 3 visuels. Les deux premiers mettent en avant la certification Origine France Garantie de 1664, bière brassée avec du malt d'orge et de blé français, et le houblon Strisselspalt cultivé essentiellement en Alsace. Le troisième visuel, « L'Union fait notre force », défend le savoir-faire français et présente le soutien de 1664 au fonds de solidarité lancé par Origine France Garantie et Tudigo.



- **Kronenbourg SAS s'est investie dès le début de la crise sanitaire pour soutenir le CHR et se mobilise pour accompagner la reprise**

Pendant la fermeture :

- **Une information régulière sur les formalités et aides gouvernementales**

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

- **Dès la fermeture, des conseils pour conserver un service de la bière de qualité optimale en toute sécurité**

Kronenbourg SAS a mis à la disposition des établissements **deux vidéos sur les procédures à suivre en cas de fermeture et de réouverture des installations de tirage pression** en toute sécurité pour assurer la préservation de la qualité de la bière servie aux consommateurs.

Par ailleurs, afin de mesurer de manière toujours plus fine la qualité du service de la bière à travers sa mousse ou sa pétillance, Kronenbourg SAS a développé **une application digitale spécifique : Qserve**. L'utilisation de cet outil, destiné à aider les bars et restaurants à maintenir un service optimal, se fera sur la base du volontariat des clients CHR qui décideront d'effectuer ou non ce test avec l'accompagnement d'un commercial Kronenbourg.

Toujours pour s'assurer de la propreté des installations de tirage pression dans l'établissement, Kronenbourg SAS a élaboré **un spray désinfectant et virucide** répondant aux exigences environnementales du groupe Carlsberg. Ce spray, initialement prévu pour nettoyer les fûts et se présentant sous la forme d'un kit d'hygiène et sécurité, est d'une haute efficacité dans la lutte contre le coronavirus et permettra de respecter parfaitement les mesures d'hygiène et de désinfection lors d'un passage dans un établissement.

- **Kronenbourg SAS partenaire engagé de l'initiative solidaire et collective « J'aime mon bistrot »**



Pour soutenir le CHD, Kronenbourg s'est également impliqué dès son lancement début avril dans un grand projet de solidarité, « J'aime mon bistrot ». Il a ainsi rejoint près de 80 entreprises et associations spécialistes de la Consommation Hors Domicile (distributeurs, producteurs-fournisseurs et start-ups) qui ont uni leurs expertises pour venir en aide aux bistrots, 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 :

- **Des offres exclusives au CHR dès la réouverture**

Kronenbourg SAS va proposer en exclusivité en CHR et dès la réouverture des établissements **un nouveau brassin appelé « Grimbergen de Saison »** pour générer du trafic et renforcer l'attractivité du circuit.

Par ailleurs, 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 sera d'une grande ampleur et couvrira l'ensemble de la France.

Toujours pour favoriser la réouverture des établissements, Kronenbourg SAS a mis en place dès le 11 mai des dispositions spécifiques pour **constituer des stocks avancés dans les entrepôts des Distributeurs** et éviter ainsi l'engorgement des camions aux quais de chargement de la brasserie lors de la reprise de l'activité.

Afin d'éviter le gaspillage d'un produit noble qu'est la bière, **les Dates de Durabilité Minimale (DDM) des fûts ont été prolongées** sans que cela n'entraîne de risques pour la santé du consommateur. La date de durabilité minimale est une date fixée sous la responsabilité de chaque brasserie qui garantit une qualité optimale de la bière en termes de caractéristiques organoleptiques, physiques et gustatives. Cette date est déterminée en tenant compte, notamment, des ingrédients mis en œuvre, du process de fabrication et du conditionnement propre à chaque recette de bière. La vente après la DDM est parfaitement autorisée puisque le produit ne présente pas de danger pour le consommateur et a fait l'objet d'une communication de La Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes pour rappeler que les denrées alimentaires ayant une DDM dépassée peuvent être commercialisées et restent parfaitement consommables.

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

Depuis le 2 juin, Kronenbourg SAS a mis en ligne une plateforme « Mon CHR » pour **accompagner tous les Points de vente à la reprise de leur activité**. Elle centralise différentes informations publiées pour la filière et conseille sur les modalités opérationnelles de réouverture des établissements. Elle propose aussi des offres solidaires de start-up à la sortie de crise.

Dans le courant du mois de juin, Kronenbourg SAS lance KroworKing, la **nouvelle plateforme digitale de services pour les gérants d'établissement du CHR commercialisant les produits de Kronenbourg SAS**. Cette plateforme digitale présente les services de start-up innovantes, qui ont fait l'objet d'une sélection rigoureuse, afin d'améliorer avec efficacité et sérénité le quotidien des gérants d'établissements du CHR et ce autour de trois thématiques :

- . OPTIMISER la gestion
- . BOOSTER le trafic et l'animation
- . RESPECTER l'environnement

Testée sur le terrain depuis plusieurs mois auprès de plusieurs dizaines d'établissements, **cette plateforme sera déployée par Kronenbourg SAS au niveau national en juin.**

- **Un partenariat avec le groupe SOS pour revitaliser le lien social**

Forte d'une expérience de plus 150 ans 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**, avec pour objectif d'accompagner ces établissements dans leur implantation et leur développement.

Au-delà de l'offre bière, qui s'attachera notamment à développer l'offre de bières sans alcool, Kronenbourg SAS soutiendra localement les projets avec un accompagnement commercial, technique et une formation produit & qualité pour les futurs gérants. 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 rurales. L'ambition étant d'en garantir la pérennité et donc son impact sur le long terme, au bénéfice des habitants.

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.

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

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