

HEINEKEN Entreprise double la mise sur les bières 0.0 en France

Sur un marché de la bière qui poursuit sa croissance en 2018, HEINEKEN Entreprise, qui en est le premier contributeur en valeur absolue avec un chiffre d'affaires 2018 de 1,033 milliards d'euros, s'impose comme un acteur de premier plan en répondant aux attentes de diversité des consommateurs sur des segments particulièrement dynamiques. Parmi eux, le 0.0, désormais bien installé, constitué d'une offre complète dont le succès pousse HEINEKEN Entreprise à intensifier son action en 2019, afin de soutenir ses ambitions de croissance.

LE 0.0 : UN SEGMENT DE MARCHÉ PORTÉ PAR HEINEKEN 0.0

L'année 2018 a permis au segment des bières sans-alcool¹ de tirer son épingle du jeu avec une part de marché valeur en hausse de +0.5% (+0.2 pt en 2017) et un taux de pénétration de 27,6% : **soit plus de 1/4 des français qui ont acheté une bière sans alcool en 2018.** (source IRI- total GMS 2018)

De son côté, HEINEKEN Entreprise a décidé de miser sur le 0.0% avec pour fer de lance, Heineken 0.0 lancée en 2017, dont le succès s'est largement confirmé en cette 2nde année de commercialisation. Avec des ventes multipliées par 2 entre 2017 et 2018, Heineken 0.0 pèse aujourd'hui 25,4% de parts de marché en valeur sur le segment des bières sans alcool classiques (+ 11,4 % vs 2017).

Une innovation qui a redonné de l'attrait aux bières classiques sans alcool : 66% des acheteurs de Heineken® 0.0 en 2018 n'avaient jamais acheté de bières sans alcool auparavant.

HEINEKEN ENTREPRISE ACCÉLÈRE SES INVESTISSEMENTS SUR LE 0.0

Face au potentiel de croissance confirmé par le succès du 0.0, HEINEKEN Entreprise décide en 2019 d'accroître considérablement son investissement et poursuit un plan d'action ambitieux à travers :

1. **L'extension de son offre et le lancement d'une innovation majeure avec Affligem® 0.0** la toute première bière d'abbaye sans alcool sur le marché français. Disponible dès le mois d'avril celle-ci permettra de satisfaire les attentes de goût et les envies d'alternatives « modération » des consommateurs, sur un segment de marché ayant le vent en poupe.
2. **Le déploiement d'un dispositif « Zéro Zones » en points de vente consistant à valoriser et à structurer l'offre 0.0 dans des espaces dédiés et balisés.**
 - o En linéaires : avec l'installation de mobiliers et habillages 0.0 prévus dans plus de 1 250 hyper et supermarchés en France.
 - o En Cafés-Hôtels-Restaurants : avec le déploiement de la Zéro zone sur 1 200 points de vente via l'offre 0.0 qui arrive à la pression sur les systèmes The Blade. Une offre qui pour la première fois conjuguera la qualité et les atouts de la bière pression sur le segment du sans alcool.
3. **L'installation en France de la technologie 0.0 sur les lignes de production de la brasserie HEINEKEN de Schiltigheim en Alsace.** Ces équipements nécessitant un investissement majeur de 6 millions d'euros permettront de produire en France Heineken 0.0, jusqu'alors brassée aux Pays-Bas.

¹ Les bières sans alcool appartiennent à la catégorie des boissons non alcoolisées ne comportant pas de traces d'alcool supérieures à 1,2 degré (Article L3321-1 du Code de la Santé Publique)



« Si le segment du sans alcool représente encore une part relative sur le marché global de la bière, nous croyons énormément en son potentiel de développement. L'offre 0.0 que nous avons lancée sur Heineken® et Edelweiss®, et que nous allons déployer dès cette année sur Affligem®, est une priorité majeure pour nous, car elle répond à des envies d'alternatives modération tout en offrant le goût et l'expérience de la dégustation d'une bière. Nous sommes fiers de ces innovations et c'est pourquoi nous doublons la mise cette année en investissant massivement pour soutenir ce relais de croissance », Pascal Sabrié.

UN MARCHÉ DE LA BIÈRE DYNAMIQUE SOUTENU PAR LES BELLES PERFORMANCES DES MARQUES D'HEINEKEN ENTREPRISE

La démarche 0.0 d'HEINEKEN Entreprise s'inscrit dans un contexte marché favorable et porteur pour la bière. Après 6 années de hausse, la croissance s'installe durablement avec en 2018, une progression de 4,2% en volume (comparée à 2017 – source ABF) faisant de la bière le premier contributeur à la croissance des liquides et des produits de grande consommation (PGC) : son chiffre d'affaires, en croissance de 276 millions d'euros, atteint 3,758 milliards d'euros (+7,9%. Source IRI).

Dans ce contexte, HEINEKEN Entreprise se démarque en affichant la **plus forte croissance en valeur absolue du marché de la bière** et la **2nde des PGC** (source Nielsen). Cette croissance est notamment portée par une **politique d'innovation forte qui a contribué au chiffre d'affaires à hauteur de 10.7% en 2018** (vs 8,5 % en 2017).

Cette année 2018 est le signe fort que les consommateurs confirment leur attrait pour la diversité des saveurs et les nouvelles expériences de dégustation.

En témoignent les performances notables des marques du portefeuille d'HEINEKEN dont certaines présentent même une croissance supérieure à leurs segments de références (données IRI 2018 total GMS en valeur):

- Sur **le segment des bières d'abbayes qui continue à croître (+12.9%)**, Affligem® s'y distingue significativement avec +32.4% de croissance.
- Au sein des bières dites « **tendances** », Desperados® qui a dépassé le seuil du million d'hectolitres il y a un an, poursuit son essor et affiche une croissance supérieure à celle du segment (**7.3%**) avec une progression de 11,7% en 2018.
- Les marques du portefeuille Beer Factory assoient leur position sur le segment le plus dynamique du marché, les crafts (+27,4%). Lagunitas, pour sa première année distribuée sur l'ensemble du circuit GMS, se positionne comme l'une des meilleures rotations en IPA dans les caves à bière. Mort Subite, la bière lambic belge, continue sa croissance (+17%) notamment tirée par son incontournable Kriek dont le succès ne se dément pas (+36,6%). Quant à Fischer l'alsacienne, elle confirme l'attrait du local avec une hausse de 18,9% de son chiffre d'affaires.
- Pelforth atteint une hausse de 2,8% portée par sa blonde qui rencontre un franc succès (+10,1%)
- Edelweiss croit de 9,7%

Une belle dynamique à laquelle participe également Heineken® en devenant, pour la première fois de son histoire, la première marque d'alcool en France en valeur avec **579.4 millions d'euros de chiffres d'affaires** (IRI tous circuits GMS) et qui accomplit en 2018, dans le monde, sa meilleure performance depuis dix ans, tirée notamment par **Heineken® 0.0. qui a doublé ses volumes en 2018 et confirme le succès de son lancement en 2017.**

Outre le lancement attendu d'Affligem 0.0, HEINEKEN Entreprise continuera en 2019 le lancement d'innovations sur ses différentes marques (présentation en annexe).

À propos de HEINEKEN France

A la fois le 1er des brasseurs (1) et 1er des distributeurs de boissons (2), HEINEKEN France est un acteur économique majeur en France, à dimension internationale. Fort de 3 sites de production et de 78 centres de distribution, le Groupe



rassemble près de 4 000 collaborateurs, tant dans la production et la commercialisation de marques de bières prestigieuses (telles que Heineken, Desperados, Affligem ou Edelweiss) que dans la distribution de plus de 7000 références de boissons dans les cafés, hôtels, restaurants, à travers sa filiale France Boissons.

(1) *1ère entreprise nationale, en chiffre d'affaires et en volume, de fabrication et de commercialisation de bières.*

(2) *1ère entreprise nationale, en chiffre d'affaires, spécialisée dans la distribution de boissons pour la Consommation Hors Domicile.*

Contacts Presse

HEINEKEN France

Valentine Noury - Responsable Influence Médias –06 71 57 70 02

valentine.noury@heineken.fr

www.heinekenfrance.fr ; @HEINEKEN France

Agence Elan-Edelman

Wandrille Clermontel – 01 86 21 50 88 – wandrille.clermontel@elanedelman.com

Pauline Persyn – 06 20 43 84 67 – pauline.persyn@elanedelman.com

DOCUMENT EXCLUSIVEMENT RÉSERVÉ AUX PROFESSIONNELS - RCS NANTERRE 328 730 759