

Mai 2022

KRONENBOURG SAS LANCE UN OUTIL DIGITAL INNOVANT D'ACCORDS METS ET BIÈRES SPÉCIFIQUES A CHAQUE ETABLISSEMENT

Les meilleurs accords mets et bières au bout des doigts en Cafés, Hôtels et Restaurants (CHR), c'est désormais possible grâce à un nouvel outil digital qui permet de faire l'accord parfait mets et bières dans la carte de plusieurs centaines de bars, brasseries et restaurants à travers toute la France¹. A chaque entrée, plat ou dessert choisi, est proposé le meilleur accord avec la gamme Grimbergen (Blonde, Blanche, Rouge, Ambrée, Pale Ale, ...) et les autres bières du portefeuille Kronenbourg SAS (1664, Carlsberg, Kronenbourg, Brooklyn, La Bête, ...)



C'est en CHR, avec la fraîcheur de la pression, que le consommateur trouve la meilleure expérience bière. Celui-ci recherche aussi aujourd'hui la diversité de saveurs et de nouvelles sensations de dégustation. Un repas est l'occasion d'apprécier la bière autrement, et bien l'accorder suscite un intérêt nouveau face à la palette croissante de bières proposées qui a démultiplié le nombre de combinaisons possibles. Tout un univers en expansion que propose d'explorer Kronenbourg SAS. Depuis la mi-mai, les consommateurs peuvent ainsi trouver leur accord parfait.

DÉVELOPPER LA BIÈRE AU REPAS ET L'EXPÉRIENCE CONSOMMATEUR EN TOUTE SIMPLICITÉ ET AUTONOMIE

Aujourd'hui, en particulier au moment du déjeuner, deux tiers des repas en CHR se font sans boisson¹. Or, un repas avec une bière permet d'augmenter le ticket moyen de 21 % (par rapport à un repas sans boisson)¹.

Proposer l'accord parfait en révélant le caractère spécifique de la bière, maintenant boisson alcoolisée préférée des Français², tout en valorisant les saveurs du plat qu'elle accompagne, c'est une voie qui mérite d'être développée. Elle est intéressante pour les consommateurs qui peuvent s'ouvrir à de nouvelles expériences gustatives ainsi que pour les gérants d'établissement, qui peuvent y trouver une différenciation par rapport aux autres points de vente aux alentours.

Pour dynamiser la demande en CHR, Kronenbourg SAS développe ainsi un outil digital unique qui permet d'associer une bière à chaque plat, de manière simple, pratique et autonome.

Un programme d'accords mets et bières unique

Au-delà de la classique formule « un plat + une bière », il s'agit d'un programme d'éducation aux accords mets et bières qui permet en quelques clics de « Tabler sur l'accord parfait ». Le principe est simple et fonctionne via un QR code placé sur des chevalets de table, stickers et insert menu.

Très simple d'utilisation

Il suffit de scanner le QR Code puis d'indiquer le nom de l'établissement et le plat choisi. Une ou plusieurs suggestions de bières disponibles dans l'établissement s'affichent aussitôt :

toute la gamme Grimbergen (Blonde, Blanche, Rouge, Ambrée, Pale Ale...) et les autres bières du portefeuille Kronenbourg SAS (1664, Carlsberg, Kronenbourg, Brooklyn, La Bête...). Ainsi, le consommateur entre dans ce grand jeu des accords en live avec les divers plats au menu et à la carte, voire à l'ardoise du lieu où l'on se trouve.

Des accords spécifiques à chaque établissement

Grâce à un relevé produits en temps réel, cet outil propose les bières effectivement référencées dans l'établissement et les conjugue aux entrées, plats, desserts ou carte snack des lieux. Du sur-mesure pour des expériences gustatives uniques.

Une visibilité forte

Dans l'établissement, la communication se fait via un kit de visibilité (insert menu, sticker table, vitrophanies ...).



**BOOSTER SON CHIFFRE D'AFFAIRES ET SE DÉMARQUER
AVEC DES EXPÉRIENCES GUSTATIVES INÉDITES ET PÉDAGOGIQUES**

Un outil digital spécifique

Dans l'Hexagone, accompagner son repas d'une bière n'est pas encore entré totalement dans les habitudes, comme c'est le cas dans les pays anglo-saxons. Pourtant restaurateurs et gérants d'établissements ont tout à y gagner, ainsi que leurs clients. Comme l'explique **Stéphane Créтин**, gérant de la Brasserie Les Deux Théâtres à Paris dans le 4^e arrondissement, qui a mis en place la solution digitale avec beaucoup d'intérêt et de succès : « *De notre côté, nous dynamisons nos ventes, tandis que nos clients s'éduquent aux accords mets et bières et tentent de nouvelles expériences. Ceci avec un outil simple, pratique et dans l'air du temps.* » En effet, en particulier depuis la crise Covid, le digital s'invite de plus en plus à table, en s'affinant : ce nouvel outil intègre ainsi un volet pédagogique. Chaque bière proposée s'accompagne d'un onglet « en savoir plus » donnant accès à sa description et à son profil organoleptique au moyen de 4 qualificatifs : amère, puissante, fruitée, acide. La solution digitale s'enrichit seul grâce à l'intelligence artificielle (IA), au fur et à mesure des accords expérimentés par les consommateurs.

Une expérience gustative à chaque plat

De quoi se lancer dans de nouvelles expériences gustatives à table. D'autant que jamais la bière n'avait offert autant de diversité. Plus ou moins pétillante, amère, parfumée, légère (et même désormais sans alcool) ou plus puissante, la boisson houblonnée ouvre un éventail d'accords presque infini, de complémentarité ou de résonance.

Pierre Villa Pelleja, sommelier conseil de Matcha, accompagne le projet depuis le début.

« La variété des ingrédients pouvant composer une bière, depuis les malts, houblons, levures, jusqu'à une large palette d'épices, fruits, herbes, lui apporte toute sa richesse gustative. Il y a aussi l'amertume et la pétillance qui apaisent l'épice, le sel, le gras, et avec lesquelles on peut jouer. Avec tant de styles et de nuances, la bière ne se limite pas à être une boisson de comptoir, mais a toute sa place au repas. Notre outil le met en avant. Il permet d'abord d'éviter les dissonances et d'orienter vers les harmonies naturelles, celles où les arômes de la bière et du plat entrent en résonance. Par exemple, une bière contenant du houblon citra, très aromatique, comme 1664 Hoppy Lager, répond bien aux plats exotiques, sucrés-salés. Une bière blanche, comme la 1664 Blanc, aux accents d'agrumes, accompagne parfaitement un tempura de poulet au citron et menthe. Les bières aromatisées font bien ressortir tous les parfums mais aussi la douceur des desserts aux fruits. » Il y a aussi des accords incomparables, promettant aux papilles expertes de surprenantes expériences. « Ceux d'une stout aux notes grillées et torréfiés des céréales avec des desserts au cacao. Ou l'alliance d'une bière d'abbaye, une Grimbergen Blonde par exemple, avec un maroilles. Cela permet vraiment de découvrir la bière sous un autre angle, d'explorer de nouveaux horizons gustatifs à table. »

KRONENBOURG SAS SOUTIENT LE CHR AVEC UN NOUVEL OUTIL DIGITAL INNOVANT

Après « Kroworking », un « écosystème » mettant en relation ses clients de la filière café, hôtel et restaurant avec des start-up pour leur faciliter l'accès à des services pouvant les aider à rebondir face à la crise Covid, Kronenbourg SAS propose l'accord mets et bières pour développer la bière à table. Cette innovation a été développée par Matcha, startup innovante spécialisée dans les solutions d'intelligences artificielles d'aide à la vente de boissons alcoolisées. Le constat : devant la palette des bières qui se complexifie et se diversifie à vitesse grand V, le consommateur est perdu. Le défi était de fournir le meilleur conseil pour accorder la bière sans fausses notes et sans besoin d'initiation préalable. Ainsi est né le Beer Matcher, un outil digital qui permet de choisir son établissement et de renseigner n'importe quel libellé de recette et d'afficher une ou plusieurs suggestions de bières disponibles dans le point de vente.

Thomas Dayras, CEO et co-fondateur de Matcha, définit cet outil comme « un sommelier digital expert en accords mets & bière. La liste de libellés de plats est illimitée : ingrédients, sauces, techniques de cuisson se combinent pour donner des milliers de plats et d'accords possibles. On peut ainsi trouver le meilleur accord entre n'importe quelle recette et les bières d'un établissement, c'est une expérience unique pour le grand public. »

Des zythologues mais aussi des sommeliers et des chefs, ont participé à la construction des accords, les affinant et les enrichissant au fil de nombreux tests.

(1) Etude Kantar 17/05/2021 au 03/10/2021 - Restaurants ouverts « classiques » (traditionnels, brasseries, grill) → Les restaurants italiens/pizzerias, ethniques ou thématiques sont exclus – TM pour 1 consommateur et non pour 1 table.

(2)- Selon le baromètre Sowine/Dynata 2022 sur le rapport des Français aux vins et aux spiritueux

A VOTRE USAGE ET CELUI DE VOS LECTEURS* :

**un QR Code permettant de découvrir, en temps réel,
dans quels points de vente, un peu partout en France, l'Accord mets et bières est présent !**



*QR Code en version JPEG sur demande



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

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 350 années d'existence, a construit et poursuit son développement.

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