



Brasseries Kronenbourg lance sa nouvelle marque Somersby pour redynamiser le segment des bières aromatisées

Avec 3 nouvelles recettes originales créées spécifiquement pour le marché français, Somersby donne la part belle à l'accessibilité en goût et aux liquides fruités, ingrédients déterminants dans le succès de la marque à l'international.

Avec Somersby, boisson alcoolisée à base de bière fruitée, Brasseries Kronenbourg rafraîchit les codes traditionnels et introduit dans les rayons de la grande distribution une typologie inédite de liquides fruités. La marque apporte son esprit d'innovation au service de la catégorie et vise à contribuer au recrutement de nouveaux consommateurs.

-

Somersby : le lancement stratégique de Brasseries Kronenbourg pour incarner une nouvelle génération de bières aromatisées

Avec le lancement de Somersby, Brasseries Kronenbourg confirme sa capacité à répondre aux nouvelles tendances et à apporter du renouvellement à la catégorie. Ce lancement a pour ambition de positionner Somersby comme un acteur clé du segment des bières fruitées et aromatisées, à l'instar de Tourtel Twist boisson à base de bière 0,0% et de jus de fruit lancé il y a 10 ans et devenu leader du segment du sans alcool.

Somersby, déjà présente dans 64 pays, arrive en France avec un positionnement et un rituel de consommation avec glaçons inédit pour la bière, ainsi que trois recettes atypiques développées au centre RGD au sein de la brasserie, à Obernai (67).

Ce lancement vise à renouveler le segment des bières fruitées dominé par des variantes "Rouge" ou "Rubis" de marques nationales, et plus largement celui des bières aromatisées, levier clé et historique pour les nouveaux consommateurs de bière. Il répond ainsi aux attentes croissantes de renouvellement et de goûts innovants. Avec Somersby et ses liquides au goût de fruits très intense, sans amertume et très rafraîchissant, Brasseries Kronenbourg ambitionne de remodeler ce marché avec une typologie de produits hybrides, entre bière et boisson aux fruits.

L'originalité de Somersby repose aussi sur un rituel de consommation inédit pour la bière en France : consommer le produit avec des glaçons pour un rafraîchissement maximal. Le produit peut évidemment se consommer seul, cependant avec ce lancement, Somersby ouvre la voie à de nouvelles habitudes de consommation.

"En lançant Somersby, sa nouvelle marque sur le segment des bières aromatisées, Brasseries Kronenbourg réinvente les codes du marché avec une proposition forte : des liquides hybrides entre bières et boissons aux fruits, une consommation avec glaçons et une identité visuelle distinctive. Une innovation majeure pour le rayon bière."
commente Pierre-Albert Giraud, Chef de Groupe Marketing Somersby



Trois parfums fruités originaux dans la catégorie

Les équipes de Brasseries Kronenbourg ont développé avec Muriel Picot, Maître Brasseur, trois recettes pour apporter de la nouveauté et répondre aux attentes des consommateurs, notamment en termes de fruits exotiques qui existent peu sur le segment comme le yuzu ou la grenade. Les profils gustatifs développés sont complémentaires au sein de la gamme : la pomme et sa douceur acidulée, l'association framboise et grenade pour un profil gourmand avec une touche d'astringence apportée par la grenade et enfin l'expression même du rafraîchissement avec citron yuzu, enrichies des notes zestées de ce petit agrume japonais.

Élaborées uniquement à partir d'arômes naturels, ces liquides à 4.5% d'alcool incarnent une approche moderne complémentaire à l'offre existante.



“Le profil organoleptique de Somersby est vraiment atypique et est assez unique sur le marché français. Le goût de fruit est au cœur de la proposition et les curseurs ont été poussés au maximum sans perdre l'équilibre global de la recette. Douceur et gourmandise, notes acidulées, il se passe plein de choses en bouche”

explique Muriel Picot, Maître Brasseur.

Une marque résolument positive et colorée, à l'univers distinctif

Côté packaging, Somersby se démarque des codes traditionnels avec une bouteille Flint transparente et un packaging clair et coloré, un choix qui valorise pleinement les couleurs vives de chacun des parfums. L'identité visuelle de la marque se distingue par un univers coloré, pop et dynamique, conçue pour mettre en avant la largeur de gamme, notamment via le logo arbre de la marque dont la teinte varie en fonction des recettes.

Les références Somersby sont disponibles au sein d'une large gamme qui matérialise l'importance de ce lancement pour Brasseries Kronenbourg et le besoin impérieux de couvrir plusieurs occasions de consommation pour répondre au besoin du consommateur sur la bière.



- Pack de bouteilles, 3x27,5cl (Pomme, Citron G Yuzu, Framboise G Grenade): 3,90€*
- Pack de canettes 6x33cl (Pomme) : 6,90€*
- Canette 50cl à l'unité (Pomme, Citron G Yuzu): 1.90€*



**Les prix de vente conseillés sont des recommandations. Le distributeur reste, en toutes circonstances, libre de décider des prix de revente aux consommateurs.*

Un lancement omnicanal pour marquer les esprits et donner envie de tester le produit

Les références seront à retrouver progressivement dans les enseignes de la grande distribution avec une pleine commercialisation prévue au cours du printemps.

Pour soutenir le lancement et le développement de la marque, Somersby sera fortement activé tout au long de l'année pour maximiser son accessibilité et assurer une visibilité optimale de la marque dans toute la France :

- Des activations points de vente, promotions et dégustations en GMS
- Une campagne d'affichage puissante qui couvrira la haute saison pour soutenir la montée en notoriété de la marque.
- Des prises de paroles publicitaires multicanal en radio, digital et sur Spotify.



À propos de Brasseries Kronenbourg, brasseur français depuis 360 ans

Filiale française du Groupe Carlsberg depuis 2008 et brasseur en Alsace depuis 1664, Brasseries 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 25 % du marché à travers un portefeuille de marques diversifiées : 1664 (la bière française la plus vendue dans le monde), Grimbergen (la bière de dégustation la plus demandée), Tourtel Twist (une boisson à base de bière 0,0 % d'alcool et de jus de fruit), Kronenbourg (le grand nom de la bière alsacienne), Carlsberg (la grande marque internationale), Skøll Tuborg (la bière tendance), ...

Forte de 360 ans d'expérience, Brasseries Kronenbourg, c'est plus de 1000 passionnés de la bière en France.

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