



Rapporto annuale Krombacher 2016

Gruppo Krombacher con picco storico nella produzione (+3,5%) e nel fatturato (+3,9%)

Netta tendenza alla crescita con nuovi valori record per i marchi Krombacher e Schweppes

Un nuovo anno record per il Gruppo Krombacher: anche nel 2016 è stato possibile incrementare sia la produzione sia il fatturato, proseguendo la netta tendenza alla crescita registrata negli anni precedenti. Il fatturato è aumentato già per il 17° anno consecutivo: nel 2016 è salito dal 3,9% raggiungendo i 745,3 mln. di euro. Anche nella produzione il Gruppo ha potuto aggiungere ulteriori 232.000 hl chiudendo l'anno con in tutto 6,937 mln. di hl, il che corrisponde a un aumento del ben 3,5%. Siamo pertanto più che soddisfatti dei traguardi raggiunti nel 2016.

Gruppo Krombacher in crescita nel settore dei marchi principali

La ricetta del successo proveniente da Krombach: la politica del marchio impostata a lungo termine e orientata al valore. Con il forte portafoglio di marchi il Gruppo è preparato al meglio per affrontare il futuro. I marchi principali Krombacher, Schweppes e Vitamalz sono tutti in rotta verso la crescita. Krombacher come maggiore marchio di birra tedesco cresce al di sopra del livello del mercato e aumenta la produzione di ben 166.000 hl, il che significa un incremento del +3%, arrivando a 5,653 mln. di hl. Il fatturato è aumentato del 3,5% a 622,3 mln. di euro. Motore di tale crescita è la costante e riuscita espansione del marchio ombrello Krombacher.

Anche Schweppes Deutschland raggiunge un picco storico. Il nuovo record è di 989.000 hl, il che corrisponde a un aumento del 4%. Il fatturato è salito del +4,2% andando a trovarsi per la prima volta, con 101,1 mln. di euro, al di sopra dei 100 mln. di euro.

Un'ulteriore pietra miliare nella strategia dei marchi analcolici è riuscita con l'acquisizione di Vitamalz. Il marchio di vecchia tradizione ha potuto fare passi da gigante.

Rafforzamento della posizione nella gastronomia – la birra alla spina cresce di nuovo, contrariamente alla tendenza del mercato.



La birra alla spina cresce nuovamente del +1% e dunque di 7.000 hl raggiungendo i 698.000 hl, contrariamente alla tendenza del mercato. Ciò è dovuto ai più di 1.600 nuovi esercizi gastronomici che servono il marchio Krombacher portandone la cifra a oltre 20.000 in tutto.

Esportazione in ascesa

La Krombacher è riuscita a salire nel mercato internazionale di 7.000 hl raggiungendo i 212.000 hl e registrando così una crescita del +3,4%. Tutti i mercati strategici principali, ossia USA, Inghilterra, Italia, Russia e Corea, sono in aumento.

Il numero di dipendenti a Krombacher è cresciuto nettamente raggiungendo la cifra di 977 (anno precedente: 951).

La strategia della sostenibilità continua a conseguire successo

La strategia della sostenibilità definita con il motto "Alla salute dell'uomo e della natura" della casa Krombacher e gli sforzi recentemente intrapresi continuano ad avere successo. Grazie all'impiego di elettricità verde è stato per esempio possibile quasi dimezzare le emissioni di CO₂ dovute al consumo energetico. Nell'autunno 2015 è stata messa in funzione una centrale di cogenerazione termoelettrica con una potenza di 2 MW. Negli scorsi anni sono stati investiti in tutto 12 mln. di euro nella protezione della natura e dell'ambiente, e per l'impegno sociale sono stati devoluti in aggiunta dal 2002 circa 4.500 mln. di euro tra l'altro grazie all'iniziativa benefica annuale della Krombacher che coinvolge 1.162 istituzioni ed enti sociali.

Krombacher Pils – l'incontrastata n. 1 cresce in tutti i canali di distribuzione

110.000 hl e dunque il +2,6% in più di Pils ha venduto il birrificio Krombacher nel 2016. La Krombacher Pils ha registrato un netto incremento in tutti i rilevanti canali di distribuzione, dimostrando così di essere e di rimanere la Pils più apprezzata e venduta della Germania. Il birrificio privato della regione Siegerland ha venduto in tutto 4,370 mln. di hl. Ciò corrisponde a una quota di mercato di quasi il dieci per cento, ossia ogni decima Pils bevuta proviene da Krombacher. In tal modo la Krombacher è nettamente in testa rispetto alla concorrenza.

Il marchio leader del mercato Krombacher Alkoholfrei cresce nuovamente, ossia del 2,8%

Il maggiore birrificio privato della Germania può continuare a contare sulle sue varianti analcoliche. In questo segmento complessivamente in crescita, il marchio



Krombacher Alkoholfrei continua a essere il chiaro leader sul mercato e con un incremento del +2,8% registra una crescita di 10.000 hl raggiungendo attualmente i 362.000 hl. Secondo l'istituto per ricerche di mercato AC Nielsen, Krombacher Alkoholfrei con una quota del 18,8% è in testa alla lista di marchi Pils analcolici, distaccando il secondo in classifica di ben 5 punti percentuali.

La Radler più apprezzata della Germania prosegue imperterrita la sua forte crescita

Il birrificio registra una netta crescita anche per la Krombacher Radler, che con un aumento del +6,5% raggiunge i 30.000 hl. In tal modo la Krombacher Radler viene a trovarsi appena al di sotto del magico traguardo del mezzo milione di ettolitri arrivando a una produzione complessiva di 491.000 hl. Specialmente l'introduzione di Krombacher Radler Naturtrüb ha avuto ripercussioni positive sullo sviluppo dell'apprezzato prodotto. Krombacher Radler è anche nettamente in testa alla classifica dei marchi Radler con una quota di mercato del 17,6% e un distacco dal secondo di quasi 10 punti percentuali.

Il marchio Krombacher Radler Alkoholfrei, con una quota di mercato del 40%, è l'incontrastato leader del mercato delle Radler analcoliche.

Il marchio Krombacher Weizen registra uno sviluppo leggermente migliore del mercato

Nel segmento nel complesso in calo delle birre di frumento, la Krombacher Weizen riesce comunque ad affermarsi. Con un leggero calo del 4% si arriva a una produzione complessiva di 214.000 hl, registrando dunque uno sviluppo leggermente migliore rispetto a quello riscontrato sul mercato. Nel mercato autoctono Nord Reno - Westfalia è stato possibile raggiungere il 4° posto in classifica, che corrisponde allo stesso tempo a quello del maggiore marchio non bavarese.

Krombacher Weizen Alkoholfrei mantiene la sua posizione di volume e si sviluppa in modo stabile. È stato persino possibile ottenere ulteriori quote di mercato.

Il marchio Krombacher Hell si posiziona nei mercati principali

Dopo il riuscito lancio del prodotto nei mercati principali del Nord Reno-Westfalia e della Germania settentrionale la Krombacher Hell non è riuscita a proseguire il dinamismo di crescita. Con un calo di 5.000 hl Krombacher Hell arriva per il 2016 a una produzione di 61.000 hl. La Krombacher Hell è leader sul mercato nel Land Nord Reno - Westfalia nel segmento delle birre chiare (Hell).



Riuscita introduzione del marchio Krombacher Brautradition

La richiesta di specialità cresce a basso livello. I consumatori cercano sapori tradizionali e originari, sono dunque le specialità naturalmente torbide quelle più apprezzate. Con il marchio Krombacher Brautradition Kellerbier la nuova specialità della Krombacher è riuscita ad affermarsi con successo sul mercato per gli amanti delle birre speciali. Partendo completamente da zero sono stati raggiunti ben 30.000 hl. Alle specialità riassunte sotto il marchio Krombacher Brautradition se n'è aggiunta nel novembre 2016 una nuova e molto promettente, la Krombacher Brautradition Naturtrübes Dunkel.

Krombacher's Fassbrause è in crescita e rimane leader del mercato distaccando ulteriormente la concorrenza

KROMBACHER'S Fassbrause prosegue la sua storia di successi. Varietà di tipi e 0,00% alcol: è questa la ricetta che porta a una richiesta costantemente in crescita da parte dei consumatori. Con un aumento del 9,9% e 9.000 hl è stato possibile raggiungere per la prima volta il traguardo dei 100.000 hl. Se nel passato ci si dava a una gara testa a testa con i concorrenti per ottenere la leadership del mercato, ora la corsa per conquistare i consumatori si è decisa chiaramente a favore del marchio KROMBACHER'S Fassbrause: una quota di mercato del 29,1% significa il primo posto nella classifica dei marchi nazionale. Il concorrente al secondo posto, che si focalizza su Colonia quale suo luogo di origine, segue con il 22%, dunque a netta distanza.

Vitamalz – il perfetto sostegno per il portafoglio di marchi analcolici

Dopo che la Krombacher già dal luglio 2016 ha ottenuto la licenza esclusiva per Vitamalz, nel settembre ha acquisito anche il 100% dei diritti sul marchio compiendo così un ulteriore importante passo nella strategia dei marchi analcolici.

Vitamalz è un marchio tradizionale di straordinario successo che gode di grandissima fama e simpatia. Sviluppata in Germania negli anni '30 quale prima bevanda al malto, questo prodotto rinfrescante e analcolico apprezzato da consumatori di qualsiasi età è da decenni un fattore stabile nel mercato delle bibite tedesco. Nello scorso anno il marchio ha registrato un incremento del +36,4% e dunque di 48.000 hl raggiungendo gli attuali 180.000 hl. Numerosi provvedimenti di attivazione che saranno avviati nel 2017 offrono una buona prospettiva di crescita per il futuro.



Un calo per altri marchi

Gli altri marchi del Gruppo Krombacher, di cui fanno parte Rolinck, Cab, Eichener e Rhenania, mantengono la loro importanza a livello regionale ma registrano un calo di 20.000 hl, il che è da ricondurre in parte alla rinuncia all'esportazione.

Picco storico per i marchi di bevande analcoliche

La Schweppes Deutschland con i marchi analcolici Schweppes, Orangina e Dr Pepper ha registrato un incremento sia di produzione sia di fatturato conseguendo un nuovo valore record. Il marchio Schweppes registra una crescita di 46.500 hl, il che corrisponde al 6%. Si ha quindi per il marchio Schweppes una produzione complessiva di 825.500 hl. Oltre al proseguimento della tendenza positiva per Tonics, anche Schweppes Wild Berry ha potuto conseguire un alto numero a due cifre.

Il marchio Orangina si è mantenuto stabile al di sopra dei 100.000 hl, ma ha dovuto registrare un calo di 6.000 hl arrivando a una produzione complessiva di 102.000 hl.

Molto positivo è stato lo sviluppo nel caso delle confezioni piccole di Orangina, in particolare della cosiddetta bottiglia culto "Bulby" a rendere da 0,25 l nonché la lattina usa e getta da 0,33 l.

Dr Pepper, il famoso marchio statunitense, nel 2016 non è riuscito a mantenere il dinamismo di crescita degli scorsi anni e ha registrato una leggera perdita di 2.500 hl raggiungendo una produzione di 52.000 hl. Anche qui le lattine 0,33 l Dr Pepper e 0,5 l Dr Pepper Energy hanno però conseguito un netto incremento.

Prospettiva 2017

Il riuscito ampliamento del portafoglio di bevande analcoliche viene proseguito con sistematicità anche nel 2017.

Quale leader del mercato la Krombacher crea nuovi impulsi nelle birre analcoliche

La richiesta di birre analcoliche è da anni in continua crescita, e la Krombacher è il maggiore fornitore in questo segmento di strategica importanza. Questo cammino viene proseguito dalla Krombacher con il lancio di Krombacher 0,0%, una nuova generazione di dissetanti analcolici isotonici con 0,0% di alcol che vengono introdotti accanto alle apprezzate birre analcoliche.



La maggior parte dei consumatori sa che un tasso alcolemico ridotto inferiore a 0,5 di contenuto alcolico in volume nelle birre analcoliche è assolutamente innocuo dal punto di vista fisiologico. Ci sono tuttavia dei consumatori che di principio rinunciano completamente all'alcol e cercano allo stesso tempo un'alternativa naturale ai softdrink, troppo spesso dolci e artificiali. Krombacher 0,0% si rivolge dunque a tutti coloro che desiderano consapevolmente rinunciare del tutto all'alcol – ma non al gusto.

In aggiunta ai famosi e apprezzati tipi di birre analcoliche, la Krombacher a partire dal 23 offre una Pils 0,0% Pils e la prima birra di frumento 0,0% commercializzata sul mercato nazionale che si presentano in un proprio design, fresco e chiaramente distinto.

Nel marzo 2017 il marchio Krombacher's Fassbrause quale leader del mercato darà nuovi impulsi con il lancio della nuova specialità Cola & Orange – frizzante, al sapore di frutta, una vera alternativa alle tradizionali miscele a base di cola che si trovano sul mercato – rivolgendosi con ciò a una nuova fascia di consumatori. Krombacher's Fassbrause Cola & Orange viene prodotta con succo d'arancio, contiene caffeina ma naturalmente 0,00% di alcol. Questo nuovo dissetante è destinato a tutta la famiglia e a un gruppo target giovane.

Gli esperti di marchi della Krombacher si esprimono fiduciosi di potersi affermare anche nel nuovo anno. "Continueremo a fare di tutto per convincere i consumatori dei nostri marchi con offerte di alta qualità e con il relativo supporto e per continuare a garantire una crescita sostenibile. Nuovi, attraenti prodotti e confezioni nonché una promozione a livello nazionale in estate che attirerà l'attenzione dei consumatori stimoleranno l'interesse e l'impulso all'acquisto per i marchi principali", dichiara Uwe Riehs, amministratore delegato responsabile del marketing dell'impresa.



Krombacher



Conferenza stampa del Gruppo Krombacher tenutasi a Düsseldorf il 10 gennaio 2017. Nella foto da sinistra: Stephan Maubach, direttore vendite e commercio e membro della Direzione della Krombacher Brauerei, Helmut Schaller, amministratore delegato responsabile della tecnica alla Krombacher Brauerei, e Uwe Riehs, amministratore delegato responsabile del marketing alla Krombacher Brauerei.