

Toute l'histoire de Brasseries Kronenbourg depuis 1664

- 1664 : le jeune tonnelier-brasseur Jérôme IV Hatt fonde la brasserie « Le Canon », place du Corbeau en plein cœur de Strasbourg. Fils d'un teinturier, il a rejoint la corporation des tonneliers et obtenu son diplôme de Brasseur. Cette date fondatrice donnera son nom à la mythique bière « 1664 ». La production est alors de 2500 hectolitres. Jérôme IV-Hatt s'impose comme le premier représentant de huit générations de brasseurs.
- À partir de 1850 : face aux fréquentes crues de l'Ill (un important affluent du Rhin), Frédéric Guillaume Hatt transfère la brasserie à Cronenbourg sur les hauteurs de Strasbourg, lieu par ailleurs parfaitement adapté à la fermentation basse. Ce nouveau procédé de fabrication nécessite de conserver les bières en sous sol de manière à ce que la température n'excède pas les 10° C. C'est le début de l'essor industriel de la brasserie.
- 1922 : la famille Hatt acquiert le Grand Tigre, prestigieux restaurant alsacien. À cette occasion, elle lance une bière baptisée « Tigre Bock », l'ancêtre de la Kronenbourg.
- 1930 : « Tigre Bock » est n° 1 en France.
- 1947 : Jérôme Hatt (8^{ème} dynastie Hatt), de retour des États-Unis, applique des idées neuves et mène la brasserie de succès en succès. La marque « Tigre Bock » prend le nom de « Kronenbourg » avec un K pour accentuer la consonance germanique, indéniable évocation de qualité. Kronenbourg est la première marque de bière à faire de la publicité.
- 1949 : Kronenbourg fait sensation en introduisant un nouveau format dans l'univers de la bière : la bouteille en verre capsulée et consignée de 33 cl, puis de 25 cl. L'étiquette à damier rouge et blanc est créée pour rappeler les couleurs du drapeau alsacien.
- 1952 : à l'occasion du couronnement de la Reine d'Angleterre, la bière spéciale « Kronenbourg 1664 » est lancée. Une grande marque est née. L'habillage royal de la bouteille lui vaut le surnom de « col blanc ».
- 1953 : Jérôme Hatt lance la première boîte métallique. C'est le premier « contenant perdu » de l'histoire du packaging. Pratique et léger, il offre aux amateurs de bière un confort de consommation inédit.
- 1963 : le premier hypermarché est ouvert en France ; Brasseries Kronenbourg y distribue le premier pack de 6 bouteilles en verre perdu.
- 1969 : la brasserie prospère et les installations situées à Cronenbourg s'avèrent insuffisantes. Une nouvelle unité est construite à Obernai, d'une capacité à l'époque de 6,5 millions d'hectolitres. L'usine appelée « K2 » fête ses 40 ans cette année. Cette unité est encore aujourd'hui la plus grande brasserie de France et l'une des plus grandes d'Europe. Un tiers de la consommation annuelle de bière de notre pays y est fabriqué.

- 1970 : la brasserie entre dans le Groupe Danone (alors BSN) aux côtés de la Société Européenne de Brasseries (SEB) qui commercialise les marques Kanterbräu et Gold.
- 1973 : le nombre d'hypermarchés en France a doublé. On y trouve, sous la marque Kronenbourg, les premiers packs de 10 bouteilles de 25cl.
- 1975 : la production de la brasserie et de la Société Européenne de Brasseries est de 5 millions d'hectolitres ; elle dépasse les 6 millions l'année suivante.
- 1981 : Panaché Force 4 est lancé et rencontre un vif succès. L'époque est aux bouleversements de consommation de bière, aux mélanges culturels. Brasseries Kronenbourg se montre une fois de plus à la pointe de l'innovation brassicole.
- 1983 : la production de bière atteint 7 millions d'hectolitre.
- 1986 : suite à une fusion avec Kanterbräu, Kronenbourg devient « Brasseries Kronenbourg ».
- 1988 : la marque « 1664 de Kronenbourg » rencontre toujours un franc succès. Cette année-là, elle adopte ses 4 chiffres pour seul nom : « *Quatre chiffres plus forts que tous les mots* ». La même année a lieu aussi une petite révolution dans l'histoire du conditionnement de la bière : des packs de 26 bouteilles sont disponibles en rayon sous la marque Kronenbourg.
- 1991 : la loi Évin (du nom de son auteur Claude Évin), ou « loi du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme » est instaurée. Elle limite fortement le droit de faire de la publicité aux boissons alcoolisées. Le paysage publicitaire ne sera jamais plus le même.
- 1996 : les brasseries font l'acquisition d'entrepôts indépendants pour constituer un circuit intégré de distribution CHD sous le nom d'ELIDIS. Un nouveau marché, un succès-clef à l'époque.
- 2000 : le groupe Scottish & Newcastle fait l'acquisition de Brasseries Kronenbourg auprès du Groupe Danone. Les années 2000 marquent la mise sur le marché d'innovations comme « Kronenbourg Pur Malt » ou encore « Grimbergen Cuvée Blanche ».
- 2004 : le célèbre et avant-gardiste designer Starck crée « 1664 by Starck », une bouteille, un verre et une boîte aux formes épurées et raffinées.
- 2006 : Brasseries Kronenbourg crée et lance « 1664 Blanc », une bière fraîche, fruitée et à la bouteille bleue résolument contemporaine. Un succès énorme en France : plus de 16 millions de bouteilles vendues en deux ans.
- 2008 : Brasseries Kronenbourg intègre Carlsberg Group, le 4^{ème} Groupe brassicole au monde. Dans le même temps, la société se sépare d'ELIDIS.

- 2009 : Brasseries Kronenbourg se recentre sur son activité de 1^{er} brasseur de France – Le Brasseur préféré des Français. Ses deux marques « phares » adoptent de nouveaux positionnements : « Kronenbourg, la bière fraîchement brassée » – « 1664 : le goût à la française ».