



REPÉRAGE  
GUIDE  
BIÈRE

# SONIA RIGAL

## IMPOSE SA MARQUE DANS LE SECTEUR BRASSICOLE

Bien connue du monde brassicole pour avoir été durant 16 ans responsable de la communication et des relations adhérents de Brasseurs de France, elle vient de mettre à profit son expertise et sa notoriété pour rédiger et éditer « le Rigal de la bière », un annuaire qui répertorie les brasseries artisanales et régionales de France. Mais quel est donc le parcours de cette communicante ? Portrait.



**« J'ai appris à aimer la bière, ses subtilités, sa variété. »**

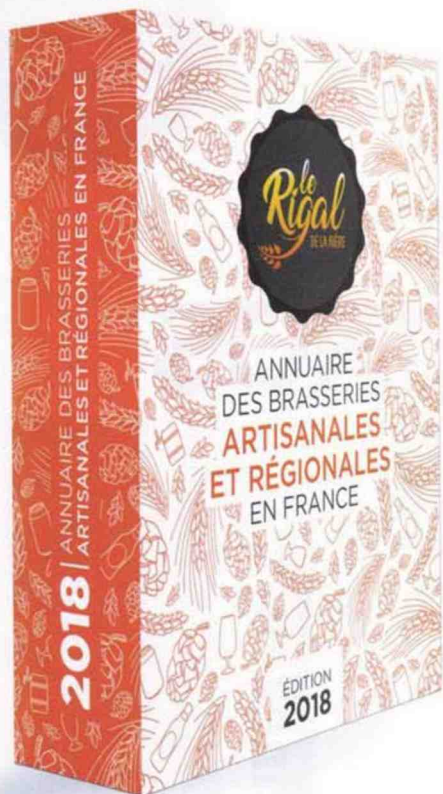
Au fil des années, la responsable communication de Brasseurs de France développe toute une panoplie d'outils (salon, site internet, newsletter...), à même de servir l'association et ses adhérents. Dès 2010, Sonia Rigal assiste à l'envolée de la bière sur le marché et à l'émergence des brasseries artisanales. « Depuis, les innovations ont tellement été nombreuses – qu'il s'agisse de produits conçus par les mastodontes du secteur ou issus de brasseries plus modestes – que tous les cœurs de cible potentiels ont désormais leur bière ! observe-t-elle. Personnellement, outre l'acquisition de connaissances sur le secteur, la création bien entendu de vrais rapports de confiance avec les brasseurs, j'ai également appris à aimer la bière, à en apprécier les subtilités et les variétés. »

## Sonia Rigal mène tambour battant Rigal Communication

Échanger avec Sonia Rigal, c'est prendre part à une conversation portée par du dynamisme où l'on décèle une générosité sans égale et un sens du service indéniable. Alors quoi de plus naturel qu'une carrière dans la communication, domaine dans lequel, de ses études à aujourd'hui, elle a toujours évolué ?

Avant d'être embauchée chez Brasseurs de France en 2001, Sonia Rigal enchaîne les expériences professionnelles. Elle travaille ainsi au sein d'une entreprise de composants électroniques, dans l'audiovisuel, puis pour des bateaux de croisière... « Avant de postuler au sein de l'association, je n'avais pas spécialement d'appétence pour la bière. D'ailleurs lors de mon recrutement, le président de l'époque, Pierre Tourrette, ne m'avait même pas questionné sur mon attrait pour la boisson maltée... Tant mieux ! », s'amuse-t-elle. En effet, les candidatures sont parfois de meilleurs vecteurs de communication que les experts avisés. Après tout, l'idée n'est-elle pas d'être accessible au plus grand nombre ?

Très peinée par les distorsions qu'a impliquées la création du syndicat des Brasseurs Indépendants, déçue de voir partir les adhérents qu'elle avait jusqu'alors pris soin d'accompagner, Sonia Rigal entreprend d'analyser son parcours. « J'ai senti que j'avais fait le tour de mon activité au sein des Brasseurs de France, confie-t-elle. Après 16 années, partir m'a semblé légitime. De plus les liens que j'avais tissés avec les brasseurs, leurs sollicitations pour les guider dans leur communication m'ont conduite à m'interroger sur la possibilité d'exercer ma profession en indépendante. » Aussi, Sonia prend les rênes de sa carrière, quitte l'association en juin 2017 et crée sa propre entreprise : Rigal Communication. « À ce jour, 95% de mes clients sont des brasseurs », explicite-t-elle. Parallèlement à cette activité qu'elle mène depuis tambour battant, elle vient d'ajouter une nouvelle corde à son arc : la rédaction et l'édition du Rigal de la bière. Sonia est bel et bien dans la place...



## « Le Rigal de la bière » la nouvelle bible du monde brassicole

Il répertorie 1 270 brasseries produisant moins de 200 000 hectolitres par an : l'ouvrage s'annonce comme la nouvelle référence du secteur. Quelle est la genèse de ce pavé de 2,100 kg paru en septembre dernier ? Comment a-t-il été élaboré ? Rencontre avec Sonia Rigal, sa conceptrice.

### QU'EST-CE QUI A MOTIVÉ LA RÉDACTION DU « RIGAL DE LA BIÈRE » ?

Depuis 2008, Robert Dutin publiait, sous le label RcD Éditions, l'Annuaire professionnel de la brasserie, un ouvrage indissociable du monde brassicole. En 2017, il a cependant décidé d'arrêter cette édition et annoncé qu'il souhaitait vendre son annuaire. Je me suis alors positionnée et engagée à le reprendre. Hélas, pour diverses raisons, la démarche n'a pas abouti. Ayant aussi créé ma structure en vue de travailler sur ce guide et de le faire évoluer, j'ai pensé que cette idée méritait d'être poursuivie. Durant mon expérience au sein de Brasseurs de France, je me suis toujours occupée des « petits » brasseurs. J'ai donc décidé d'éditer mon propre annuaire en me concentrant sur cette cible, soit tous les brasseurs produisant annuellement moins de 200 000 hectolitres.

### COMMENT S'EST ACCOMPLI CE TRAVAIL ?

Si j'avais cette idée depuis très longtemps, c'est en janvier 2018 que j'ai vraiment commencé à plancher sur l'annuaire. J'ai recensé, via societe.com, l'ensemble des brasseries entrant dans cette catégorie. C'est un travail colossal puisque fin 2017, 1 300 brasseries de ce type officiaient sur le territoire français. Par la suite, j'ai fait parvenir à l'ensemble de ces acteurs un questionnaire exhaustif afin de collecter toutes les informations liées à leur activité. Pour tout l'aspect relatif à la

rédaction d'articles, je me suis entouré d'experts qui travaillent auprès de cette même cible. J'ai notamment collaboré avec le biéologue Emmanuel Gillard, avec Malteurs Échos...

### POUVEZ-VOUS NOUS PRÉSENTER LE GUIDE ?

L'ouvrage compte pas moins de 1 260 pages et rassemble 1 270 brasseries. Pour chacune d'elles, le guide affiche une présentation de l'entreprise, des informations sur la production, la gamme, la commercialisation, les coordonnées... et bien entendu des photos. J'ai également recensé l'ensemble des organismes de formation du secteur. Un focus sur les biéologues apparaît également. En effet, il me paraissait essentiel de les mettre en avant puisqu'ils contribuent fortement à l'image de la bière. Du côté de l'éditorial, les lecteurs ont accès à des articles sur l'économie du secteur, axés sur les brasseries cibles. Une autre partie est consacrée à la materie, et aussi au houblon...

### QU'AVEZ-VOUS DÉCOUVERT EN RÉDIGEANT CET OUVRAGE ?

J'ai pu observer que si les ouvertures des brasseries sont de plus en plus nombreuses – en 10 ans, le nombre d'artisans brasseurs a été multiplié par plus de 5 –, les fermetures elles aussi sont régulières. En outre, j'ai réalisé que beaucoup de brasseurs exercent ce type d'activité en parallèle d'un autre métier. Certains attendent que leur bière trouve leur clientèle pour pouvoir en vivre à 100%. D'autres, contraints par le prix du matériel, ne peuvent prétendre qu'à de petites productions. Après, si toutes les brasseries s'essayent à des bières spéciales, toutes créent en priorité des bières grand public. Concrètement, avec une production totale de 19,8 millions d'hectolitres et une augmentation de 3% de la consommation de la bière, le marché se porte bien. Quant aux bières indépendantes et artisanales, elles ne sont pas en reste puisqu'elles représentent 8% du business.

Site internet : [lerigaldelabiere.fr](http://lerigaldelabiere.fr)