

Sommaire

| | |
|---|----|
| 3. Lannuaire des brasseries artisanales est sorti Industries des céréales - 31/07/2019 | 3 |
| Un succès dopé par la créativité des brasseurs LSA Hors Série - Hors Série - 30/09/2019 | 4 |
| DOSSIER CIRCUITS " D'E-DISTRIBUTION E-COMMERCE LE VIN SUR LA TOUCHE Liquides & Conditionnement - 31/07/2019 | 5 |
| ANNIVERSAIRE (2) LES PLACES D'OR FÊTENT LEURS 25 ANS Liquides & Conditionnement - 31/07/2019 | 7 |
| LA BOUTEILLE EN VEDETTE La Revue des Comptoirs - 30/09/2019 | 8 |
| Deuxième édition pour l'annuaire Rigal de la Bière Bière Magazine - 30/09/2019 | 12 |
| Les brasseries françaises répertoriées dans le nouveau Rigal Décision Boissons - 12/09/2019 | 13 |
| Le Rigal de la bière, future bible de l'industrie brassicole Le Pays D'Entre Loire et Rhône - D'Entre Loire et Rhône - 11/09/2019 | 14 |
| Sonia Rigal publie la 2e édition de son ouvrage recensant les 1.600 brasseries artisanales de France le-pays.fr - 11/09/2019 | 15 |
| Le Rigal de la bière recense 1510 brasseries artisanales en France rayon-boissons.com - 26/08/2019 | 17 |

3. L'annuaire des brasseries artisanales est sorti

L'édition 2019, de l'annuaire des Brasseries Artisanales et Régionales, le Rigal de la bière, est sorti. Cette 2^e édition recense les 1.510 brasseurs dont la production est inférieure à 200.000 hl en France et en Outremer enregistrés à la fin 2018. « *Un annuaire professionnel des brasseries résolument humain* », car donnant la parole aux brasseurs... « *chacun a écrit de sa plume l'histoire de sa brasserie afin de donner de l'âme à cet ouvrage* », précise un communiqué. L'ensemble des informations a été recueilli via une collecte digitale remplie par le brasseur lui-même. ● M.R.





Liquides BIÈRES ET PANACHÉS

3,84 Mrds €

Le chiffre d'affaires des bières et panachés, à +7,9%

+5,7%

L'évolution en volume

+2,2%

L'évolution des prix

Source : Iri, CAM au 30.06.2019, tous circuits

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Les bières de spécialité (1,55 Mrd €, à +12,3%) sont le segment des bières qui porte le plus la catégorie
- Ces bières de spécialité sont les plus inventives, avec les bières sans alcool, un segment petit (161 M€) mais qui progresse fort (+15,8%)
- Les bières de luxe (409 M€, à -6,9%) s'enlissent un peu plus chaque année



UNE ALSACIENNE BIO

Meteor a utilisé le houblon alsacien Barbe rouge pour cette nouvelle bière. Il est bio, comme tous les ingrédients de cette nouveauté.

PHOTOS : DR



UNE CORSE BIO ET SANS GLUTEN

La Brasserie Pietra vient de lancer une bière blonde bio et sans gluten. De fermentation haute, cette blonde, qui titre 5,5° d'alcool, est brassée avec des malts bio issus d'orges de printemps et du houblon américain Sterling. Un brassin arrondi par l'ajout de farine de châtaigne, l'ingrédient qui symbolise cette brasserie corse.

Un succès dopé par la créativité des brasseurs

La bière dispose d'un avantage sur le vin ou les spiritueux, les autres grosses catégories des boissons alcoolisées : il y est facile d'innover. Cette capacité porte le secteur.

La bière a le vent en poupe. C'est une assertion indéniable et cela dure depuis déjà cinq ans. Cette gigantesque catégorie des boissons alcoolisées pèse 3,84 milliards d'euros, en croissance de 7,9% en valeur (+4,6% lors de notre spécial PGC de 2018). En volume, même envolée presque lyrique : les bières ont bondi de 5,7%, contre 0,4% l'an dernier.

Ce chiffre de 2019 est bien la preuve que la bière dispose encore d'un important potentiel. Le moteur de cet engouement ? Les bières de spécialité, qui captent près de la moitié des ventes. Un segment fourre-tout dans lequel on retrouve les petites mousses les plus valorisées : artisanales, bouteilles à l'unité, bières belges, américaines, anglaises, d'abbaye, de fausses abbayes ou encore régionales. La bière artisanale française a même son annuaire, *Le Rigal de la Bière*. Dans son édition 2019, son auteur, Sonia

Rigal, a recensé 1 510 brasseries qui produisent moins de 200 000 hectolitres par an. « *J'en comptais 1 270 à fin 2017. Il y a eu 231 créations de brasseries en 2018* », assure-t-elle.

Recettes de plus en plus bio

Ce livre est une aide précieuse pour les distributeurs en quête de petites mousses produites au plus près des magasins ou originales. Comme Lidl, qui organise trois foires à la bière, soit presque autant que de foires aux vins. Pour cette enseigne, la bière devient, à l'instar du vin, le produit qui doit réhausser l'image du discounter allemand. Pour ses foires, elle a sélectionné les brasseries capables de produire assez de volumes et de proposer des recettes originales. Comme la Brasserie Bourganel, qui fabrique une mousse au nougat, ou la Brasserie du Mont-Blanc, qui incorpore du jus de myrtille dans sa Bleue, et du génépi dans une bière couleur vert pomme.

L'inventivité des brasseurs n'a pas de limites, d'autant que le cycle de conception d'un brassin n'est que de quelques semaines. La mode est aux IPA (India Pale Ale) ? Trois mois après le lancement de cette tendance, il en fleurissait dans tous les magasins. La mode est au bio ? Malgré la rareté du houblon bio français, les brasseurs s'y sont mis. Comme l'Alsacien Meteor, qui brasse une Ale Bio, « *bière de fermentation haute* », aux matières premières 100% bio. « *Nous avons utilisé une levure qui apporte des notes épicées et fruitées, et le houblon Barbe rouge alsacien* », détaille Meteor. La Brasserie Pietra, elle, a mis au point une bière blonde bio sans gluten. De fermentation haute et titrant 5,5° d'alcool, elle est brassée avec des malts bio issus d'orges de printemps et du houblon américain Sterling. De quoi prolonger l'été indien du secteur. ■

SYLVIE LEBOULENGER

LIQUIDES & CONDITIONNEMENT

MARCHÉS ET TENDANCES

4

LE MARCHÉ
DES SPIRITUEUX
TANGUE EN
FRANCE EN 2018
ET CROÎT À
L'EXPORT

GROS PLAN

20

LE MARCHÉ
FRANÇAIS DES JUS
DE FRUITS MÛRIS
ET SE PRÉMIUMISE

CAHIER TECHNIQUE

24

QUAND LA BIÈRE
SE DÉSALCOOLISE
INTERVIEW DE
SYLVIE LIENHART

DOSSIER CIRCUITS D'E-DISTRIBUTION

E-COMMERCE : LE VIN SUR LA TOUCHE

À LA UNE

Si l'engouement pour le vin on line est réel, il n'en demeure pas moins que le marché se révèle petit au final. Selon le baromètre 2018 réalisé par le CSA pour la Fevad, seuls 10 % des acheteurs sur internet s'approvisionnent en vin par ce biais. Peut mieux faire. Lire page 14 et suivantes

Pendant que nous mettons la touche finale à ce numéro, s'est tenu, à Paris, le premier colloque organisé par Liquides & Conditionnement. Pour un coup d'essai, ce fut, sinon un coup de maître, du moins une superbe réussite avec des interventions de haut niveau saluées par l'ensemble des participants. Nous y reviendrons dans la prochaine édition de Liquides & Conditionnement qui sortira en novembre. Saluons dès aujourd'hui l'implication du secteur dans cet événement et bien sûr celle de toute la rédaction de votre magazine préféré.

Dans ce numéro, un gros plan sur les jus de fruits et plus particulièrement sur les purs jus, et un dossier e-commerce des vins et spiritueux, un marché qui a du mal à trouver sa place mais qui réserve quelques pépites.
Bonne lecture.

Geneviève Goubin,
Philippe Mingori et Jean Poncet



402

OURS • Liquides&Conditionnement
Liquides&Conditionnement est édité par MP PARADIS/MEDIAS, sarl de Presse au capital de 23963€ - 66, avenue des Champs Elysées 75008 PARIS - RCS Paris 490460854
Directeur de la publication : Philippe Mingori
Dépôt légal Novembre 2017 - ISSN - 1299 - 6793
Imprimé par ACAT (Le Havre-76)
Bureaux : 4 rue de la Chaussée - 14600 Honfleur
Rédacteurs en chef : Geneviève Goubin - g.goubin@mpmedias.com - Jean Poncet - jean.poncet@mpmedias.com • Rédaction : Christelle Magaud (c.magaud@mpmedias.com), Claire-Sophie Martin - Melanie Salvador-Favreau - Sarah Canonge et Zoé Weller
• Publicité : 02 31 98 82 65 - Philippe Mingori (Editeur) : 06 70 56 09 04 - p.mingori@mpmedias.com - International : John Penhallow : 06 86 11 13 82
• Direction artistique : Dominique Paulin • Administration/abonnement : Sylvie Hubert - s.hubert@mpmedias.com • Crédits photos : DR - Guillaume Munch - Meteor - Rival - Whiskies du Monde - FFS - Infologic - Petit Ballon - Kern - Collectif Boisson - QualiJus - Alain Milliat - Kronenbourg - Krones - Arol - Ardagh - St-Germain - Eric Tourain - CETIE - K2019 - Citeo - PlasticsEurope - Tourtel - Skoll - Beaumont des Crayères - Salers - The Balvenie - William Grant & Sons

SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| MARCHÉS & TENDANCES | 4 |
| Le Tour de France des brasseries Meteor, partenaire de l'Oktoberfest Une expérience unique lancée par la FFS Wauters fête ses 110 ans Whiskies du Monde a le vent en poupe Le marché français des spiritueux tanguent en 2018 Les Places d'Or fêtent leurs 25 ans Le <u>Rival de la bière</u> 2019 est sorti | |
| MARKETING | 11 |
| Camus lance un cognac de Dordogne hors-domicile, PepsiCo France Le groupe Diam mise sur le packaging de luxe | |
| SALON | 12 |
| Les salons professionnels en 2019 Luxe Pack Monaco rendez-vous incontournable de l'emballage VS Pack, ou l'excellence du pack spiritueux | |
| E-COMMERCE | 14 |
| Le web du wine Les nouveaux défis de l'e-commerce du vin | |
| GROS PLAN SUR LES JUS DE FRUITS | 20 |
| Le marché des jus de fruits mûrit Qualijus, l'œil de la profession Alain Milliat : le fruit dans son jus | |
| CAHIER TECHNIQUE | 24 |
| Quand le brassage s'adapte à la demande du marché La technologie MetaPure de Krones au K Ardagh colore ses canettes Sidel rachète Comep La liqueur Saint-Germain a tiré le bon sureau Arol lance le cône Uni Chuck auto-adaptateur La maîtrise du volume embouteillé ou la prise en compte de chaque détail | |
| DÉVELOPPEMENT DURABLE | 32 |
| K 2019, le plastique fait salon Le Tri sur la sellette Le plastique se rebiffe Citeo mobilise les collectivités locales | |
| LE MEILLEUR POUR LA FIN | 36 |
| Tourtel après Twist voilà Botanics Route 66 remporte le Skoll Unknow Creative Serve Des sleeves pétillants chez Beaumont des Crayères Salers : l'Auvergne inspire le gin The Balvenie : une légende en trois tomes | |



ANNIVERSAIRE (2)

LES PLACES D'OR FÊTENT LEURS 25 ANS

Salon du design et du packaging du luxe, créé en 1994 par Richard-David Zaoui, Les Places d'Or qui réunissent dans un cadre iconique le nec plus ultra du pack luxueux, célèbrent un quart de siècle.

Les Places d'Or, le salon du design et du packaging de luxe, se tiendra du 5 au 7 novembre prochain, comme d'habitude, dans le cadre très chic de l'Hôtel Meurice,

à Paris. Ce rendez-vous qui réunit une sélection d'une soixantaine de fabricants d'emballages de luxe et d'agences de design, reconnus pour la qualité de leurs

réalisations fêtera cette année ses 25 ans, en permettant aux visiteurs de découvrir entre autre la marqueterie de paille de Lison de Caunes, le laboratoire de gaufrage

et gravure à chaud de Créanog, les créations originales en papier de Lucie Touré, la broderie Or de Ekelci, les tissages d'exceptions de Léna Péraguin, les créations en

bois précieux de Pégée, les sacs et coffrets de Monroe Europe, le cristal et verre de Waltersperger (cristal et verre). Sur invitation.



LE RIGAL DE LA BIÈRE 2019 EST SORTI

La nouvelle édition de l'Annuaire des brasseries artisanales et régionales est disponible au prix de 45 € TTC + frais de port. Pour toute commande, écrivez à sonia@lerigaldelabiere.fr www.lerigaldelabiere.fr



- FOOD & DRINKS -
 SPÉCIAL BIÈRE



LA BOUTEILLE EN VEDETTE

Il devient tendance d'inviter la bière de l'apéritif au dessert. Et le format bouteille est idéal pour disposer d'un choix varié. Pour ne pas s'y perdre, petit guide – non exhaustif – de mousses qui dynamiseront votre carte.

PAR LISE CHASTANG

Si les Français sont loin d'être les plus gros consommateurs de bière, avec 331 par an et par personne contre près de 110 en Autriche, il semblerait pourtant que la mousse suscite de plus en plus d'intérêt, comme en témoigne le nombre de brasseries artisanales (produisant moins de 200 000 hl par an) ou régionales qui se sont développées en France ces dernières années. Fin 2018, elles étaient 1510 en métropole et Outremer, représentant 8 % du marché en volume, avec une croissance d'1 % tous les deux ans. Cette offre complète celle – déjà étoffée – des grands groupes brassicoles et permet aux bars et restaurants d'élargir leur carte de bières en bouteille, au-delà des marques connues de tous. Exit la bière réservée aux soirs de match de football que

l'on boit par grandes rasades, accoudé au zinc. Désormais, elle se déguste et compte de nombreux amateurs à la recherche d'originalité et de saveurs. « On parlait de loin, en France, mais la demande ne fait que croître, décrypte Audrey Guyonvarch, responsable marketing de la Brasserie de Bretagne, basée à Trégunc, dans le Finistère. *La bière s'est vraiment démocratisée. Et il y a aussi beaucoup plus de femmes amatrices.* » Le marché global, en hausse depuis cinq ans et qui augmente aussi en CHR (+ 2,4 % en 2018, selon Nielsen), reflète son constat : « *C'est de moins en moins vrai que l'on ne boit de la bière que l'été.* » Si la consommation se fait désormais toute l'année, notamment pour les amateurs – et connaisseurs –, « *il y a des produits plus saisonniers,* précise Audrey Guyonvarch. *La bière blanche se* »

© Unsplash



Le who's who des bières artisanales françaises

Pour la deuxième année, le *Rigal de la bière* recense les brasseries de France et d'Outre-mer dans un même ouvrage. Véritable annuaire de référence, 1 510 brasseries artisanales – produisant moins de 200 000 hl – y sont répertoriées. Sonia Rigal, la créatrice de cette base de données, présente les brasseurs par région, raconte leur histoire, énumère les bières produites et précise les coordonnées. C'est un véritable outil pour découvrir le panel d'offres en matière de bière. 1 370 pages, 45 € TTC.

► *boit plus en été et la rouge plutôt en hiver* ». L'été, des « bières de soif » seront appréciées: elles sont plus légères en alcool (moins de 5°), moins sucrées et plus acidulées, comme la pils ou la lager, produites à basse fermentation. En hiver, les bières noires plus charpentées, comme la stout (de 4 à 8° d'alcool) ou l'imperial stout (de 8 à 12°), au goût torréfié, plus intense, sont préférées. Aussi, les clients se laissent séduire par les brassins de saison, comme en témoigne Grimbergen, qui a annoncé avoir augmenté les ventes de son brassin d'automne de 4,8 % en 2018.

Le format bouteille permet de proposer un choix plus large aux clients et se conserve plus longtemps, contrairement aux fûts destinés aux becs pour la pression. « *Tous les restaurants ne sont pas prêts à mettre le prix pour de la bière. Pour eux, elle est moins cotée que le vin* », déplore le biérologue Cyril Hubert.

Et si vos clients prennent des bières pour l'apéritif, pourquoi ne pas leur en proposer aussi pour le repas? Soit de façon individuelle, avec le format 33 cl, soit une bouteille de 65 ou de 75 cl à partager. Le spécialiste conseille d'avoir une carte à l'année « *avec des références accessibles et de bonne qualité* », ainsi qu'une « *carte de saison, pour mettre en avant la cuisine du restaurant* ». « *C'est une alternative au vin* », commente Audrey Guyonvarch, la responsable marketing de la Brasserie de Bretagne, dont la bière Dremmwel au blé noir accompagne très bien les crêpes. Plus qu'une offre pour les clients à la recherche de spécia-



Chez Meteor et Britt, la période de dégustation s'affiche clairement.

lités locales, l'accord met-bière semble tout aussi légitime pour Cyril Hubert: « *Le goût plus torréfié d'une lager allemande, à fermentation basse, se marie aussi bien avec les salades qu'avec le roquefort, les endives ou le jambon. Une bière noire, de type imperial stout, avec un dessert, ça cartonne!* »

Pour accompagner un plat en sauce, de la viande de chevreuil ou du chocolat, le biérologue conseille de la bière vieillie en fût



►►

► de vin ou de spiritueux, alors que les bières d'automne ou bières d'Halloween, à la citrouille, s'accordent avec un canard laqué, un velouté de patate douce ou de carotte. Pour les plats épicés, deux tendances existent et permettent de s'adapter au goût des clients: une IPA, plus amère, rehaussera le piquant, alors qu'une bière sucrée l'atténuera. À la brasserie Licorne, basée en Alsace, on affiche clairement les accords pour chaque bière de la marque: la Licorne 1845, avec le dos de cabillaud ou le tartare de bœuf; l'Elsass avec de la choucroute, les navets ou le jambonneau; la Karlsbräu avec le poisson d'eau douce, du fromage à l'ail ou les côtes de porc. Et la brasserie va encore plus loin, en proposant des recettes à base de bière: ananas caramélisé ou soupe de potimarron à la Licorne Black, risotto à l'espagnol ou poulet aux champignons à la Licorne Elsass... Des plats à déguster accompagnés de bière, bien évidemment! « On observe de plus en plus d'efforts de

la part des professionnels de la restauration pour indiquer les accords mets-bières sur leur carte, constate Marie Lemaire, chef de produit pour la Licorne. Ceci est dû à la montée en gamme des bières et à l'éventail de plus en plus large des recettes ». Et ce n'est sans doute pas une coïncidence si la marque alsacienne a développé une bouteille dédiée au CHR pour sa bière noire, l'une de ses références phares.

SORTIR DES SENTIERS BATTUS

Les fournisseurs habituels de boissons disposent d'un catalogue de bières en bouteille mais, pour varier les plaisirs et répondre aux amateurs de plus en plus pointus, des recherches plus approfondies peuvent s'avérer utiles. Les brasseries de taille régionale ou nationale dispensent eux-mêmes les conseils aux établissements qui en manifestent le besoin, à travers leur service commercial. Mettre sur sa carte des

produits que personne ne connaît et ainsi profiter de l'offre grandissante – et riche – des bières artisanales peut impliquer de partir soi-même à la recherche des crafts adaptées à son établissement, au détour de festivals dédiés à la bière, par exemple. Alain Lemenu, directeur commercial de la plateforme d'e-commerce Interdrinks, met toutefois en garde, concernant les petites brasseries: « S'approvisionner de façon pérenne n'est pas toujours facile. » Chez Interdrinks, trouver le mouton à cinq pattes est monnaie courante: le site vend des bières crafts du monde entier, qu'il déniche grâce à une personne spécialisée dans le sourcing. Née il y a dix ans à Lesquin, dans l'agglomération de Lille, la première plateforme d'e-commerce de bière artisanale dédiée aux professionnels a mis quatre ans avant de voir ses ventes augmenter: « Nous sommes une niche dans une niche. Le milieu du CHR n'est pas habitué à travailler en e-commerce et nos

Bio...



La mousse n'échappe bien sûr pas à la tendance du bio. La Brasserie de Bretagne relève des ventes en hausse pour sa Dremmwel bio (et sans gluten), tout comme la Licorne bio, lancée en 2009: « On voit l'émergence de points de vente et de nouvelles marques. Notre Licorne bio était l'une des premières sur le marché et la croissance est effective », commente le chef de produit. Meteor a lancé sa première bière bio au printemps 2019, la Meteor ale bio, à haute fermentation.

... et sans gluten



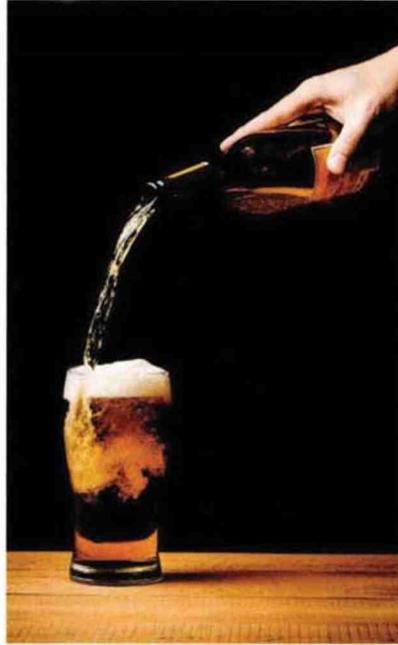
La brasserie corse Pietra signe une nouvelle bière sans gluten, élaborée à base de malt d'orge et de houblon américain Sterling bio. La farine de châtaigne de la marque Pietra vient arrondir le tout. En bouteille de 33 cl et bientôt en pression. PVC: 2,30 €. La Dremmwel bio de la Brasserie de Bretagne est élaborée quant à elle à base de blé noir, naturellement exempt de gluten.

Incontournables



Heineken, AB InBev et Kronenbourg (Tourtel, 1664) dominent le marché de la bière bouteille avec leurs marques emblématiques. La Bud (AB InBev) est venue compléter l'offre des lagers, en France, au printemps 2019.

clients sont surtout des curieux qui cherchent la différenciation. » Racheté il y a six ans par une branche de développement d'AB InBev, Interdrinks dispose d'un catalogue de près de 1800 bières du monde: Japon, États-Unis, Polynésie, Sri Lanka... Une sélection de choix pour ravir les « connaisseurs », dont la moyenne d'âge est située « entre 25 et 30 ans ». La bière suédoise Ommipollo est une des « marques tendance en craft beer. Elle est très atypique, mais se marie très bien avec de la crème glacée », décrypte Alain Lemeny. Les bières artisanales venues des quatre coins du monde soulèvent une autre problématique: elles ne respectent pas toujours la législation en termes d'affichage sur les bouteilles, comme le picto Zéro alcool pour les femmes enceintes. La notion de bière artisanale, elle, varie d'un pays à l'autre. Pas de quoi rebuter les plus grands aficionados. Quant aux autres, le territoire français devrait suffire à créer une carte. ●



Bière et spi font bon ménage



Depuis 1995, la Desperados Original reste l'emblème des bières aromatisées par l'ajout d'un spiritueux (la tequila, pour cette bière). Heineken a élargi la gamme Desperados (lime, mojito, red ou ginger), et d'autres marques se prêtent au jeu, comme Amsterdam, avec sa référence Nights aromatisée au rhum et au citron. Chez Kronenbourg, la Skoll se décline en version Vodka agrumes ou Caïpiroska (vodka lime).



Carnet d'adresses

• Brothers loving beer

Bières artisanales de la côte est américaine
 52, rue de la Croix-Nivert
 75015 Paris
<https://brotherslovingbeer.com>
contact@brotherslovingbeer.com
 06 37 95 86 38

• Broufox

Bières artisanales britanniques
<https://broufox.com>
info@broufox.com
 07 68 26 52 28

• Cobex France

Bières du Colorado, États-Unis
www.cobexexport.com
 01 55 80 20 08

• Distributeurs des brasseurs indépendants

Bières européennes et du Canada
www.dbi-biere.com
 01 42 41 74 39

• Interdrinks

Bières artisanales françaises et internationales
 132, rue du Chemin-Vert
 59273 Fretin
www.interdrinks.fr
contact@interdrinks.fr
 03 20 82 93 12

• La bièrothèque belge

Bières belges
 40, rue Hermel
 75018 Paris
www.labierothèquebelge.paris
labierothèquebelge@gmail.com
 06 58 09 93 42

• La compagnie des boissons vivantes

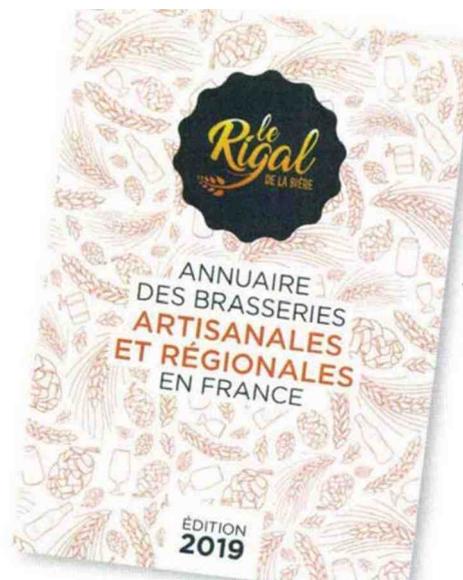
Bières artisanales françaises et internationales
 Mozinor 11A
 2-20, avenue Salvador-Allende
 93100 Montreuil
www.lacompaniedesboissonsvivantes.fr
info@lcbv.fr
 01 85 73 14 03

Deuxième édition pour l'annuaire Rigal de la Bière

Début septembre, Sonia Rigal a publié la nouvelle édition de son annuaire des brasseries artisanales et régionales, c'est-à-dire celles dont la production est inférieure à 200 000 hl. Elle en a recensé 1 510 à la fin de 2018, soit une proportion plus forte qu'aux États-Unis, qui comptent plus de 6 000 brasseries, soit une pour 55 000 habitants, contre une pour 45 000 en France.

Comme dans l'édition précédente, ce sont les brasseries qui elles-mêmes fournissent toutes les informations sur leur entreprise. Certaines n'ont pas répondu, et c'est bien regrettable pour elles et leur communication. Car cette « bible de la bière » comme l'ont surnommée quelques confrères « pèse » tout de même 1 372 pages et atteint les 2 150 grammes sur la balance. Un ouvrage actualisé, ce qui représente un véritable tour de force, même si Sonia est loin d'être une inconnue dans les milieux brassicoles.

La présentation, claire et facile d'accès, n'a pas changé, avec toujours le même regret : les couleurs choisies, correspondant aux différentes régions de France, sont d'une lisibilité bien insuffisante, notamment pour les textes d'introduction. Outre la liste des brasseries par régions et par départements (y compris l'outre-mer), l'ouvrage comporte également d'utiles informations sur le marché de la bière et ses intervenants principaux en malterie, houblonnerie et levures, ainsi que les filières de formation à la profession. Vendu 45 TTC + frais de port, cet annuaire est à commander directement à Sonia Rigal sur son site www.lerigaldelabiere.fr.



■ BELLES FEUILLES

Les brasseries françaises répertoriées dans le nouveau *Rigal*

L'édition 2019 du *Rigal de la bière*, véritable bible des brasseries françaises produisant moins de 200 000 hl, vient de paraître. L'éditrice, Sonia Rigal, y dénombre 1 510 adresses brassicoles, à fin 2018, contre 1 274 à fin 2017, la première édition de l'annuaire. Le *Rigal de la bière* est disponible à la commande, sur son site internet dédié, www.lerigaldelabiere.fr, au prix de 45 €.



Le Rigal de la bière, future bible de l'industrie brassicole

Le Rigal de la bière, ouvrage déjà de référence, est l'œuvre de Sonia Rigal, femme passionnée par un univers brassicole dans et pour lequel elle travaille depuis bientôt deux décennies.

Comment vous est venue l'idée de créer cet annuaire ? J'ai travaillé pendant 16 ans chez Brasseurs de France (le syndicat historique, N. D. L. R.). J'avais fait le tour et je voulais créer ma société de consultante en communication axée sur l'industrie brassicole (elle s'occupe notamment de la communication et des adhérents du Syndicat national des brasseurs indépendants, l'autre syndicat français, N. D. L. R.). J'ai un vrai attachement pour ces gens qui font preuve d'un courage assez exceptionnel pour se lancer dans un projet qui demande beaucoup de moyens financiers face à un milieu de plus en plus concurrentiel. J'avais envie de créer un annuaire depuis longtemps.

PUBLICATION. L'ouvrage est édité à 2. 000 exemplaires.

Comment travaillez-vous ? Le Rigal de la bière est un très gros boulot. Surtout que je le fais toute seule (rire). En début d'année, je recherche et je pointe tous les brasseurs. Je leur envoie ensuite un questionnaire qu'ils me retournent rempli.

Emmanuel Gillard (biéologue belge installé à Échirolles et excellent connaisseur du paysage brassicole français, N. D. L. R.), lui, s'occupe de la partie analyse chiffrée qu'il connaît très bien, depuis longtemps. Ce n'est pas un simple annuaire. Il y a aussi du contenu, des chiffres, des indications de tendances, des informations sur la filière en amont, la partie houblon, malt, orge..., des visuels et un recensement des malteries pour que les brasseurs connaissent les adresses locales. J'essaie d'être le plus exhaustif possible mais il y a sûrement des erreurs car c'est un secteur d'activité en constante évolution.

Comment l'ouvrage est-il diffusé ? Chaque brasseur qui a répondu reçoit un exemplaire, soit plus de 1. 000 sur les 2. 000 imprimés. Évidemment, c'est un très gros coût financier et je ne suis pas rentrée dans mes frais à la première édition mais les cavistes commencent à m'en demander, les amateurs de bières aussi...

Auvergne Rhône-Alpes est-elle vraiment la première région brassicole ? Tout à fait avec 275 adresses comptabilisées en juin 2019 sur les quelque 1. 600 brasseries artisanales recensées par le Syndicat

national des brasseurs indépendants (SNBI). Ces chiffres sont énormes, surtout si vous considérez que certains ne répondent pas car pour eux, c'est une double activité. Ils craignent de ne pas pouvoir répondre à la demande.

Comment expliquez-vous que les consommateurs se tournent plus nombreux vers la bière ?

Je crois que les gens font de plus en plus attention à leur santé. Les bières locales avec des matières premières clairement identifiées et un processus maîtrisé sont de nature à les rassurer. Ils savent aussi qu'il y a plus de risques à boire de l'alcool. Les bières peu alcoolisées permettent ainsi de partager un ou plusieurs verres avec des amis sans péril ; un produit qui séduit aussi les femmes. |

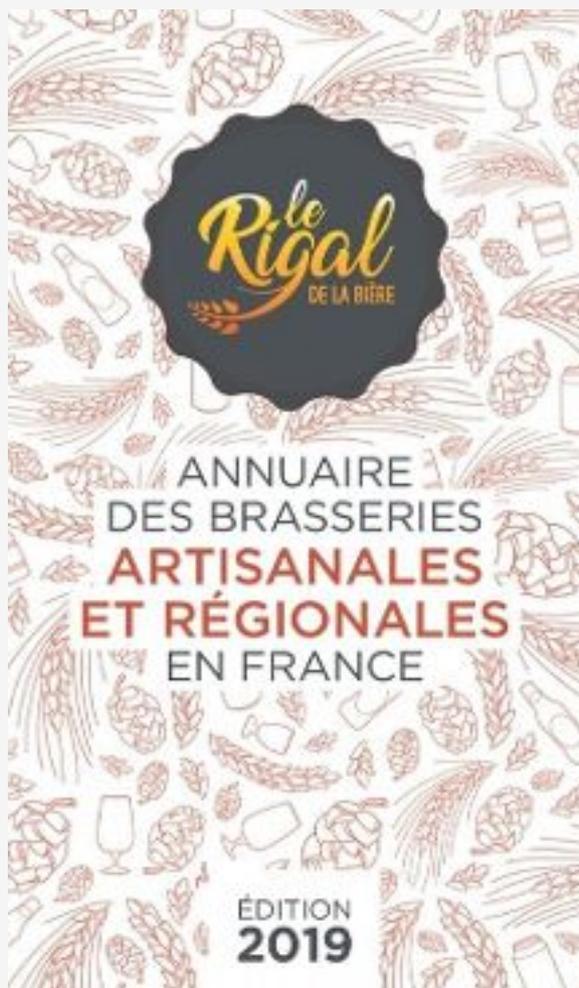
Le Rigal de la bière. 45 €.

Contact : sonia@lerigaldelabiere.fr





Sonia Rigal publie la 2e édition de son ouvrage recensant les 1.600 brasseries artisanales de France



Le **Rigaldelabière**, future bible de l'industrie brassicole

Le **Rigaldelabière**, ouvrage déjà de référence, est l'œuvre de Sonia Rigal, femme passionnée par un univers brassicole dans et pour lequel elle travaille depuis bientôt deux décennies.

Comment vous est venue l'idée de créer cet annuaire ? J'ai travaillé pendant 16 ans chez Brasseurs de France (le syndicat historique. N.D.L.R). J'avais fait le tour et je voulais créer ma société de consultante en communication axée sur l'industrie brassicole (elle s'occupe notamment de la communication et des adhérents du Syndicat national des brasseurs indépendants, l'autre syndicat français. N.D.L.R). J'ai un vrai attachement pour ces gens qui font preuve d'un courage assez exceptionnel pour se lancer dans un projet qui demande beaucoup de moyens financiers face à un milieu de plus en plus concurrentiel. J'avais envie de créer un annuaire depuis longtemps.

Comment travaillez-vous ?

Le Rigal de la bière est un très gros boulot. Surtout que je le fais toute seule (rire). En début

d'année, je recherche et je pointe tous les brasseurs. Je leur envoie ensuite un questionnaire qu'ils me retournent rempli. Emmanuel Gillard (biérologue belge installé à Échirolles et excellent connaisseur du paysage brassicole français. N.D.L.R.), lui, s'occupe de la partie analyse chiffrée qu'il connaît très bien, depuis longtemps. Ce n'est pas un simple annuaire. Il y a aussi du contenu, des chiffres, des indications de tendances, des informations sur la filière en amont, la partie houblon, malt, orge..., des visuels et un recensement des malteries pour que les brasseurs connaissent les adresses locales. J'essaie d'être le plus exhaustif possible mais il y a sûrement des erreurs car c'est un secteur d'activité en constante évolution.

Comment l'ouvrage est-il diffusé ? Chaque brasseur qui a répondu reçoit un exemplaire, soit plus de 1.000 sur les 2.000 imprimés. Évidemment, c'est un très gros coût financier et je ne suis pas rentrée dans mes frais à la première édition mais les cavistes commencent à m'en demander, les amateurs de bières aussi...

Auvergne Rhône-Alpes est-elle vraiment la première région brassicole ? Tout à fait avec 275 adresses comptabilisées en juin 2019 sur les quelque 1.600 brasseries artisanales recensées par le Syndicat national des brasseurs indépendants (SNBI). Ces chiffres sont énormes, surtout si vous considérez que certains ne répondent pas car pour eux, c'est une double activité. Ils craignent de ne pas pouvoir répondre à la demande.

Comment expliquez-vous que les consommateurs se tournent plus nombreux vers la bière ?

Je crois que les gens font de plus en plus attention à leur santé. Les bières locales avec des matières premières clairement identifiées et un processus maîtrisé sont de nature à les rassurer. Ils savent aussi qu'il y a plus de risques à boire de l'alcool. Les bières peu alcoolisées permettent ainsi de partager un ou plusieurs verres avec des amis sans péril ; un produit qui séduit aussi les femmes.

Le Rigal de la bière. 45 €. Contact : sonia@lerigaldelabiere.fr



Le Rigaldelabière recense 1510 brasseries artisanales en France

La deuxième édition de l'annuaire des brasseries artisanales et régionales créé par Sonia Rigal vient de sortir. Cet ouvrage de 1370 pages répertorie des informations sur les 1510 établissements dont la production est inférieure à 200 000 hl en métropole et en outre-mer recensés à fin 2018. On y retrouve des éléments clés sur le statut, la production ainsi que les circuits de distribution de chaque brasserie. Cet annuaire est en vente au prix de 45 € sur le site www.lerigaldelabiere.fr