

- FOOD & DRINKS -

BRASSERIES INDÉPENDANTES

L'ARTISANAT
EN PLEIN BOOM

■ Production locale, identité forte, goûts originaux, la renaissance des bières artisanales est bel et bien en marche. Si on les retrouve dans des établissements encore spécialisés, leur marge de progression est colossale, d'autant plus que l'engouement des clients est bien réel.

PAR PAULINE DE WAELE



© Unsplash

Le marché de la bière présente des indicateurs au vert, puisqu'il est le premier contributeur à la croissance des liquides, avec un gain en 2018 de 276 M€, pour un chiffre d'affaires total de 3,758 Md€. Alors qu'il a longtemps stagné, il est en augmentation constante depuis maintenant cinq ans. En 2018, son envolée a été la plus significative, avec une hausse de ses volumes de + 4,2 %, dont + 5 % en GMS et + 1,8 % en CHD. Ces excellents résultats sont étroitement liés à la vague de

fond de création de nouvelles brasseries ; on en dénombre plus de 1600 aujourd'hui, dont 99 % sont indépendantes. En effet, ce mouvement de fond profite tout particulièrement au marché des bières artisanales, qui représente en 2018 environ 7,5 à 8 % du volume des bières : « On a une croissance de l'ordre de 0,5 point par an en volume ; on vient rogner un peu sur les volumes des industriels », décrypte Jean-François Drouin, président du Syndicat national des brassiers indépendants (SNBI).

Cette explosion du nombre de brasseries est d'autant plus surprenante en France que ces dernières n'existaient presque plus il y a cinquante ans. En 1976, l'Hexagone n'en comptait plus que 23, alors qu'elles étaient au nombre de 3 300 avant la Seconde Guerre mondiale. « Jusqu'à la fin des années 1980, les industriels ont concentré au maximum le marché ; il en a résulté des bières standardisées et un choix restreint. Or, le marché a horreur du vide : petit à petit, le consommateur se tourne à nouveau vers des produits qualitatifs,



tandis que le mouvement locavore gagne du terrain. Les gens sont à la recherche de produits élaborés à côté de chez eux. Ces deux aspects conjugués ont un effet dynamisant et expliquent l'installation de plus en plus de brasseurs indépendants : c'est un effet boule de neige. » La première vague de création se situe dans les années 1990-2000, avec une cinquantaine de brasseries recensées, mais le gros boom a réellement eu lieu ces cinq dernières années. La bière connaît depuis un virage symbolique, passant du statut de produit de consommation à un objet de dégustation. En résultent des bières artisanales, avec une plus grande diversité de goûts et une montée en gamme. Au vu de leur popularité, les bières industrielles ont même pris la décision de répliquer, en diversifiant considérablement leurs offres et en changeant leurs stratégies marketing (voir le dossier sur l'actualité de la bière, en page 24). Il est à rappeler toutefois que la démocratisation des bières artisanales passe également par l'élargissement de leurs canaux de distribution.

UNE DISTRIBUTION ENCORE TRÈS LOCALE

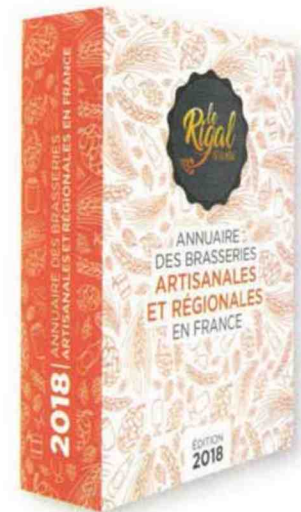
« Une petite dizaine de brasseurs indépendants bénéficient d'une distribution nationale, mais pour le reste des troupes, elle reste ultra locale », relève François Drouin. On retrouve dès lors leurs bières dans deux types d'établissement de CHR : les brasseries régionales, plus généralistes, qui vont chercher des produits locaux et non pas des produits spécialisés, et des bars à bières qui proposent une sélection pointue, plus typée. « En restauration traditionnelle, nous en sommes encore aux balbutiements ; il y a un gros travail d'éducation à faire auprès des professionnels », observe-t-il. Le succès des brasseries qui profitent d'une couverture nationale repose sur le fait que leur ancrage régional et leur caractère familial tendent à diminuer. Pietra, par exemple, réalise plus de 20 % de ses ventes hors de Corse, Castelain vend dans tout l'Hexagone et la diffusion des produits de Brasserie de Bretagne (ex Britt) a largement dépassé les frontières bretonnes, avec une présence très forte en Île-de-France. Pour les autres « petits », les distributeurs les intègrent encore très peu au sein de leur portefeuille, car ils complètent plus volontiers leur gamme de bières « spéciales » par des bières étran-

gères. En cause, le prix plus élevé quand on passe à l'artisanat et la difficulté de proposer de grosses remises aux clients fidèles, comme le font les groupes industriels. C'est d'ailleurs sur le terrain de la commercialisation et de la distribution que se joue la bataille entre les industriels et les artisans. Pour les aider, le Syndicat national des brasseurs indépendants (SNBI) a été créé en juin 2016 dans le but de défendre leurs intérêts et de les protéger fiscalement.

RECOMPOSITION DU PAYSAGE BRASSICOLE

La création du SNBI est venue bousculer le monopole détenu par l'association Brasseurs de France. Le marché se ségrègue désormais entre les gros brasseurs historiques produisant plus de 200 000 hl et les « petits » (à ce jour 400 brasseries sont adhérentes au SNBI), qui se situent sous cette barre. La fracture est intervenue car les brasseurs régionaux ne se sentaient pas assez bien représentés par le syndicat historique. « Chez Brasseurs de France, plus on paye de cotisations, plus on a de contrôle dans les décisions. Chaque entité n'a donc pas le même poids. Il en résulte une association contrôlée avant tout par des groupes industriels », juge François Drouin. L'utilisation du terme « artisanal » pour décrire certaines de leurs bières a été la goutte d'eau qui a fait déborder le vase. « Il y a eu une prise de conscience, un collectif s'est formé pour réfléchir à la création d'une fédération syndicale représentative. » C'est dans ce contexte que le SNBI a vu le jour, avec pour objectifs de défendre les intérêts des brasseurs indépendants auprès des pouvoirs publics, de coordonner des actions régionales, de travailler sur le statut propre au brasseur artisan et de développer un label pour promouvoir l'image de la bière artisanale française. Sur ce dernier point, c'est d'ailleurs chose faite, avec le lancement, très récemment, de la marque « Brasseur indépendant » : « Ce label, qui répond à des critères stricts de qualité et de transparence, a pour vocation d'éclairer le consommateur afin qu'il puisse distinguer les bières industrielles, la fausse bière artisanale et les vraies bières locales produites par des indépendants », explique le président du SNBI. Toute cette ébullition autour de la bière artisanale a le mérite de doper le marché dans son ensemble et de restructurer l'offre. ●

Nouvelle bible de la bière artisanale en France



Les brasseries artisanales et régionales ont désormais leur guide, avec le *Rigal de la bière*. Élaboré par Sonia Rigal, cet annuaire est un véritable outil pour le professionnel, puisque toutes les brasseries produisant moins de 200 000 hl sur le territoire français y sont recensées. On les retrouve tout au long des 1 258 pages, classées par région, puis par département. L'histoire de la brasserie, la forme juridique, les effectifs, le type de production, les circuits de commercialisation, les jours et horaires d'ouverture, ainsi que les différents brassins produits sont autant de données disponibles. Le guide peut être commandé sur le site lerigaldelabiere.fr, 38 €.