

Revue de presse



Sommaire

La 4e édition du Rigal de la Bière est dans les tuyaux biere-actu.fr - 04/03/2021	3
Bilan gourmand de la bande d'On va déguster FranceInter.fr - 27/12/2020	5
Le Rigal de la Bière est paru Zepros - Métiers Restauration - 01/12/2020	9
Paris terre brassicole L'Auvergnat de Paris - 19/11/2020	10
Paris terre brassicole auvergnat.com - 18/11/2020	11
SNBi, Sonial Rigal Déléguee Générale et la Nation'Ale dispo sur toute la France maltsethoublons.com - 19/10/2020	12
3e édition du Rigal de la Bière Bière Magazine - 01/10/2020	14
Bières et panachés : Un succès dopé par la créativité des brasseurs Lsa-conso.fr - 01/11/2019	15
3. L'annuaire des brasseries artisanales est sorti Industries des céréales - 01/08/2019	17
Un succès dopé par la créativité des brasseurs LSA Hors Série - Hors Série - 01/10/2019	18
DOSSIER CIRCUITS " D'E-DISTRIBUTION E-COMMERCE LE VIN SUR LA TOUCHE Liquides & Conditionnement - 01/08/2019	19
ANNIVERSAIRE (2) LES PLACES D'OR FÊTENT LEURS 25 ANS Liquides & Conditionnement - 01/08/2019	21
LA BOUTEILLE EN VEDETTE La Revue des Comptoirs - 01/10/2019	22
Deuxième édition pour l'annuaire Rigal de la Bière Bière Magazine - 01/10/2019	26
Les brasseries françaises répertoriées dans le nouveau Rigal Décision Boissons - 13/09/2019	27
Le Rigal de la bière, future bible de l'industrie brassicole Le Pays D'Entre Loire et Rhône - D'Entre Loire et Rhône - 12/09/2019	28
Sonia Rigal publie la 2e édition de son ouvrage recensant les 1.600 brasseries artisanales de France le-pays.fr - 12/09/2019	29
Le Rigal de la bière recense 1510 brasseries artisanales en France rayon-boissons.com - 27/08/2019	31
L'ARTISANAT EN PLEIN BOOM La Revue des Comptoirs - 01/05/2019	32



La 4e édition du Rigal de la Bière est dans les tuyaux

TOPICS:annuaireéditionlivrenumérique Rigal de la bière Sonia Rigal

© Sonia Rigal Communication

4 mars 2021

Le désormais incontournable annuaire des brasseries artisanales et régionales est en préparation. L'heure est à la collecte d'informations. Parution prévue début septembre.

Avec ses 1 770 brasseries, 1 660 pages et 2,8 kg, le Rigal de la Bière 2020 avait déjà des allures de poids-lourd de la bière ! Si l'édition 2021 ne pourra pas aller beaucoup plus loin en termes de nombre de pages (limites techniques), il n'est pas dit qu'elle ne comptera pas encore plus de brasseries...

Les brasseurs ont jusqu'au 10 avril pour renseigner (gratuitement) les informations relatives à leur brasserie, grâce aux codes d'accès qu'ils ont reçu par mail. Ces informations peuvent être une mise à jour des données déjà existantes ou un ajout de renseignements complémentaires, comme de nouvelles bières, par exemple. Dans le cas d'une création de brasserie qui ne figurait pas dans l'édition précédente, tout est à créer.

« Grâce à votre précieuse collaboration, cet ouvrage est très apprécié pour la qualité de ses informations », souligne Sonia Rigal, éditrice de l'annuaire, dans un message aux brasseurs posté sur la page Facebook du Rigal de la Bière. L'annuaire 2021 sera disponible en septembre. Depuis 2019, la version papier est complétée par une version numérique. ■



Journaliste radio depuis 25 ans, Olivier Malcurat est entré dans l'univers de la bière en

2018 lorsqu'il crée Le Pod'capsuleur, le podcast qui aime la bière et les brasseurs. En juillet 2020, il lance Bière Actu, un site d'information indépendant et participatif, basé sur un concept à trois voix : journalistes, experts et professionnels.

Bilan gourmand de la bande d'On va déguster



dimanche 27 décembre 2020

par François-Régis Gaudry

Tour d'horizons avec quelques chroniqueurs et chroniqueuses de nos meilleurs souvenirs à boire et à manger de cette année 2020 : lectures nourrissantes, coup de cœur, coups de gueule, adresses...

Bilan gourmand 2020 © Getty François-Régis Gaudry

- **La bûche coup de coeur : *l'Absolue citronde Claire Damon***

Cette bûche a été élue parmi 39 bûches goûtées avec des équipes de dégustateurs et dégustatrices. La gagnante est signée par une pâtissière, Claire Damon, cheffe pâtissière de l'enseigne *Des gâteaux et du pain*.

- **Livre : *Le potager d'un frimeurde Xavier Mathias***

Le livre du maraîcher Xavier Mathias, paru aux éditions Terre Vivante, est un bel ouvrage pour comprendre comment transformer son potager en cabinet de curiosité potagère.

Elvira Masson

- **Coup de chapeau aux initiatives du confinement**

Elvira Masson rend hommage à toutes les initiatives associatives pendant ces confinements pour apporter des repas aux soignants et aux précaires. La communauté Ecotable a par exemple su fédérer les associations engagées dans l'aide alimentaire et la préparation de repas pendant le confinement. Les restaurateurs eux aussi, ont fait preuve d'une agilité incroyable : créer un marché de producteurs dans son resto, s'improviser livreur, servir des repas dans un camion etc.

- **Livre et coup de coeur culture**

Le Grand Recho, histoire d'une cuisine fraternelle: ce magnifique ouvrage de Vanessa Krycève, Valérie Sevenet Gentil et Alice Barbosa paru aux éditions de l'épure retrace l'histoire et l'aventure du grand Recho.

Nature Humaine, de Serge Joncourt : dans ce roman paru chez Flammarion, Alexandre, le personnage principal, se demande comment continuer à vivre du travail de la terre en s'adaptant à notre époque et ses contraintes.

- **Sa recette pour booster les huîtres**

Un truc tout simple pour donner encore plus de relief aux huîtres : kiwi, avocat - détaillés en julienne, zestes de citron vert (peu), et un tout petit peu d'échalote finement émincée. Mélanger et

écraser grossièrement à la fourchette. Une demie cuillère à café par huître.

- **Plat rêvé : le mafé**

Elvira rêve d'un plat de mafé au boeuf ou au poulet, avec une sauce à l'arachide, longue en bouche... Par exemple Aux marmites de Fa rue Lamartine à Paris.

Dominique Hutin

- **Son coup de gueule : de l'eau, des arômes, et des levures**

Une boisson contemporaine a vu le jour : Hard Seltzer. De l'eau gazeuse, des arômes et des levures et... un lourd coup commercial et marketing.

- **Carnet de vigne : piste rouge des vins de Savoie.**

Les stations de ski, fermées, ont pendant longtemps fait figure de rente de situation pour des vins aux ambitions très mesurées, vinifiés façon « pilote automatique », à l'intention de touristes en goguette.

Mais aujourd'hui, le nouveau visage des vins de Savoie invite plutôt à penser l'instant « hiver / montagne / Savoie / vin » en mode dépaysement, spécialement pour les vins rouges de Savoie, pan méconnu de la viticulture savoyarde.

L'imaginaire des jus savoyards a -trop- longtemps était égayé d'étiquettes à chamois, croix de Savoie, chalet enneigé et edelweiss, soit autant de quolibets qui avaient rétréci la Savoie à l'image de vins de raclette ou de fondue, ce vignoble d'altitude atteint aujourd'hui des sommets qualitatifs.

De ce nouvel eldorado du vin, nous pouvons tirer de magnifiques bijoux rouges... Découvrez 80 vins dans ce carnet de vignes :

- **Sa bibliothèque**

Le journal du sommelier - spécial cidre, de Yanna Delière & Virginie Thomas. Ouvrage dédié aux cidres du monde entier. Un véritable concentré de connaissances cidricoles.

Beaujolais, Gloires & déboires, de David Bessenay. Enquête sur un vignoble entre faillite et résurgence

Histoire(s) de vin, Éric Glatre. 33 dates qui façonnèrent les vignobles français

Le Rigal de la Bière, Sonia Rigal. Annuaire des brasseries artisanales et régionales en France

Alcools et liqueurs maison, Anne-Laure Pham. Réalisez vous-même vos boissons alcoolisées

- **Des initiatives à retenir du confinement**

2 adresses dans la Manche :

Le Pily, Lydie & Pierre Marion, 39 rue Grande Rue 50100 Cherbourg. Pierre Marion, fan de poisson a redirigé une partie de sa cuisine vers les sushis, avec des poissons locaux.

Obione, Sébastien Godefroy, 8 Rue du Dr Gilbert 50300 Avranches. Il s'est révélé et propose de la vente à emporter.

- **L'adresse rêvée : l'Auberge sauvage**

Auberge Sauvage de Thomas Benady, dans Baie du Mont Saint Michel propose trois chambres dans un ancien presbytère du 16ème siècle

3 place Saint-Martin 50170 Servon / 02 33 60 17 92

Arnaud Daguin

- **Hommage : Zizi s'est envolée en Juillet...**

Zizi danse avec les anges sur le grand escalier du Paradis pas latin. Zizi Jeanmaire, sa gouaille, sa coupe à la garçonne, ses jambes légendaires, son nom trop rigolo. Rendons lui hommage ! Et profitons- en pour saluer bien bas tous les trucs en plumes, aux cuisses et aux poitrines formidables, que l'on immole à tour de bras en ces jours festifs...

- **Livre : Raviver les braises du Vivant de Baptiste Morizot**

Ce petit livre paru chez Actes Sud est écrit par un grand philosophe qui nous invite à une

métaphore audacieuse mais qui fonctionne bien : considérer le Vivant comme un feu constructif et réaliser que, par notre existence même, nous sommes en train de l'étouffer.

- **Coup de lame et recette autour du chapon**

Arnaud Daguin livre la recette du **Turlututu, ou Chapon Pointu**, cet infortuné volatile privé de ses virils attributs, sacrifiés sur l'autel de notre gourmandise saisonnière, jeune coq débarrassé de ses roustons et des pensées égrillardes qui vont de pair.

Disposons sur la plaque à rôtir quelques échalotes et têtes d'ail entières autour de notre chapon et rôtissons-le. Pour un chapon de 3kg env. Je préconise volontiers une classique cuisson en trois temps :

- Un temps pour dorer, 45min à 180°
- Un temps pour cuire le dedans de la bête, 1h à 160°
- Un temps de repos pour faire le jus, 40 min four éteint et fermé.

A la fin du second temps et pendant que le jus se fait, on retire les échalotes et l'ail de la plaque de cuisson et on en extrait la pulpe confite.

On réserve dans un petit bol. Et on prépare la sauce pointue : Une poêle sur feu doux avec une cuillère à soupe d'huile, un bel oignon émincé, quelques piments au vinaigre (guindillas), des câpres et autres cornichons hachés gros, on fait revenir tout ça puis on mouille d'un demi verre de très bon vinaigre (pas trop doux), on réduit de moitié et on éteint le feu.

On ajoute à tout ça la pulpe d'ail et d'échalote confite et on y verse l'intégralité du jus du chapon rôti, on mélange bien et on sert notre chapon, sauce à part, escorté de riz blanc. Turlututu chapon pointu : un plat qui en a !

- **Restaurant Rêvé : le Wepler à Paris**

Wepler en 1892, tu as ouvert

En 2020, tu as fermé

Toi qui as traversé sur une guibolle

deux guerres mondiales et la grippe espagnole

Dis-quand rouvriras-tu ?

Wepler, ta choucroute, tes fruits de mer

Tes fresques art déco, ton prix littéraire

Troquet favori d'Apollinaire, de Picasso

d'Henry Miller et d'Utrillo

Moi aussi je te préfère

Sans toi, ma brasserie, Paris n'est plus Paris

Wepler - place de Clichy - Paris 18ème

Wepler reviens... Wepler je t'aime

Antoine Gerbelle

- **Hommage à Jacques Puisais**

Jacques Puisais était le metteur en scène de nos goûts. L'œnologue tourangeau nous a quitté à 93 ans, le 6 décembre 2020. Chantre du bien-manger, l'homme de science et de bons mots a offert ses lettres de noblesses aux accords mets et vins, au « goût juste », son sujet de prédilection. Ces aphorismes étaient célèbres. Pour lui, un produit devait être « conforme à la gueule de l'endroit et aux tripes du producteur ». Une phrase devenue célèbre, mille fois reprises. « *Nous avons tendance à oublier de goûter et à nous contenter de manger* » martelait ce pédagogue, militant de la première heure pour l'apprentissage des saveurs à l'école. Cet ambassadeur des vins de Loire, défenseur du chenin et du cabernet-franc est parti « trinquer » avec Rabelais et Jean Carmet.

- **Film :Drunkde Thomas Vinterberg**

Un film à regarder et à boire. La théorie d'un psychologue norvégien, selon laquelle l'homme aurait dès la naissance un besoin permanent d'alcool dans le sang, mise en pratique par quatre amis danois, pour le pire et le meilleur...

- **Livre : *Les Larmes de ma vigne* de Denis Pommier**

Un bouleversant témoignage d'un vigneron de Chablis, au fil des saisons, un récit doux amère de sa conversion en bio. Paru aux éditions du Cherche Midi.

- **Vin : le domaine Clément Bärtschi**

Clément Bärtschi a mené de front une carrière de haut niveau en rugby et en œnologie à Romans, aux portes de la D2, et à Tain l'Hermitage en devenant patron des vinifications chez Michel Chapoutier à seulement 35 ans. Ce vinificateur très doué sort à son compte en 2019 son premier millésime dans une vigne historique du Bugey, dans l'Ain, son pays d'origine. Du blanc de chardonnay et du rouge de pinot noir sur le mini (12 hectares) grand cru « Manicle », là où Brillat-Savarin possédait jadis des vignes. Sa cuvée Pandia, pur pinot, est un rouge tendu, ferme et profond, délicat et affirmé dans ses arômes, qui va s'épanouir sur 10 ans.

Cuvée Sous les Rochers La Vigne (13,80 €)

Cuvée La Pandia, sélection parcellaire (18,50€)

1 Chemin de Nivollet, 01640 Boyeux-Saint-Jérôme / Tél.: 06 60 26 81 53

- **Restaurant rêvé : Aux terrasses**

Le restaurant où il rêve de retourner en 2021 est Aux Terrasses chez Jean-Michel Carette à Tournus, sa « cantine » bourguignonne.

Programmation musicale

- Barbara Carlotti - "Le retour"
- Lianne La Havas - "Please don't make me cry"

**ANNUAIRE****Le Rigal de la
Bière est paru**

La 3^e édition de l'annuaire professionnel des Brasseries artisanales et régionales, Le Rigal de la Bière 2020, est parue. Cet annuaire recense les brasseries par région et par département dont la production est inférieure à 200 000 hl en France et en outre-mer (plus de 1 710 à fin 2019). Cet ouvrage, disponible en version papier et numérique, répertorie aussi des acteurs, ambassadeurs, fournisseurs amont-aval et prescripteurs du marché brassicole qui contribuent activement à la dynamique de ce secteur.



Paris terre brassicole

En cinq ans, des marques de craft beers brassées localement se sont imposées en Île-de-France. Cafés et restaurants se sont emparés de cet engouement pour diversifier leur offre de bières. Ce marché en voie de structuration devrait rapidement permettre à quelques-uns de ces nouveaux brasseurs de se détacher et d'occuper une position de force.

Le Rigal de la bière 2020 qui référence 1 710 brasseries en France compte 23 acteurs sur la capitale et près d'une centaine en Île-de-France. L'essor général du marché des *craft beers* n'a pas épargné la capitale. En cinq ans, de nombreuses marques ont connu un développement soutenu et les volumes produits ne sont plus marginaux. Il faut, bien sûr, mentionner les pionniers comme O'Neil ou Frogs qui ont développé depuis près de trente ans des microbrasseries destinées à alimenter les bars auxquels elles étaient accolées. Mais pour écouler sa production, la nouvelle génération mise sur le réseau CHR, les cavistes, mais aussi

la grande distribution, revenant ainsi à un pur métier de brasseur. Aujourd'hui, une dizaine de noms ont émergé affichant une production supérieure à 5 000 hl par an. D'autres investissent pour rejoindre ce peloton. Certains, enfin, préfèrent conserver une dimension plus artisanale et locale. Mais globalement, le marché se structure et investit dans des installations plus vastes et modernes. En raison du prix de l'immobilier, certains quittent Paris pour s'installer à l'est, dans les secteurs de Pantin (Seine-Saint-Denis) ou de Sucy-en-Brie (Val-de-Marne) actuellement très prisés. La concentration a déjà commencé avec d'abord une prise de participation signi-

ficative de Heineken dans Gallia. Ce partenariat va permettre à cette jeune entreprise de franchir un pas décisif. On a aussi pu, cet été, voir le rachat de Parisis, acteur très orienté vers la grande distribution, par Mélusine un brasseur vendéen.

Ce marché des *craft beers* présente un double défi pour les entreprises, car elles doivent d'un côté gagner des parts de marché en volumes, mais aussi asseoir une réputation. Pas question pour elles de se contenter de proposer quelques bières passe-partout qui répondent à 90 % de la demande du marché. Les nouvelles brasseries doivent maintenir leur réputation en proposant des produits très pointus : Sour (bière acide), fermentations en barriques, assemblages. Les *beer geeks* (grands amateurs de bières) qui sont aussi d'influents prescripteurs, se montrent en effet très friands de ces produits et jugent aussi une brasserie par sa capacité à innover. Ajoutons enfin que ces bières très spéciales sont aussi beaucoup mieux valorisées.

JEAN-MICHEL DÉHAIS



Paris terre brassicole



Le **Rigal de la bière** 2020 qui référence 1 710 brasseries en France compte 23 acteurs sur la capitale et près d'une centaine en Île-de-France. L'essor général du marché des *craft beers* n'a pas épargné la capitale. En cinq ans, de nombreuses marques ont connu un développement soutenu et les volumes produits ne sont plus marginaux. Il faut, bien sûr, mentionner les pionniers comme O'Neil ou Frogs qui ont développé depuis près de trente ans des microbrasseries destinées à alimenter les bars auxquels elles étaient accolées. Mais pour écouler sa production, la nouvelle génération mise sur le réseau CHR, les cavistes, mais aussi la grande distribution, revenant ainsi à un pur métier de brasseur. Aujourd'hui, une dizaine de noms ont émergé affichant une production supérieure à 5 000 hl par an. D'autres investissent pour rejoindre ce peloton.

Certains, enfin, préfèrent conserver une dimension plus artisanale et locale. Mais globalement, le marché se structure et investit dans des installations plus vastes et modernes. En raison du prix de l'immobilier, certains quittent Paris pour s'installer à l'est, dans les secteurs de Pantin (Seine-Saint-Denis) ou de Sucy-en-Brie (Val-de-Marne) actuellement très prisés. La concentration a déjà commencé avec d'abord une prise de participation significative de Heineken dans Gallia. Ce partenariat va permettre à cette jeune entreprise de franchir un pas décisif. On a aussi pu, cet été, voir le rachat de Parisis, acteur très orienté vers la grande distribution, par Mélusine un brasseur vendéen.

Un marché qui représente un double défi

Ce marché des *craft beers* présente un double défi pour les entreprises, car elles doivent d'un côté gagner des parts de marché en volumes, mais aussi asseoir une réputation. Pas question pour elles de se contenter de proposer quelques bières passe-partout qui répondent à 90 % de la demande du marché. Les nouvelles brasseries doivent maintenir leur réputation en proposant des produits très pointus : Sour (bière acide), fermentations en barriques, assemblages. Les *beer geeks* (grands amateurs de bières) qui sont aussi d'influents prescripteurs, se montrent en effet très friands de ces produits et jugent aussi une brasserie par sa capacité à innover. Ajoutons enfin que ces bières très spéciales sont aussi beaucoup mieux valorisées.



SNBi, Sonia Rigal Déléguée Générale et la Nation'Ale dispo sur toute la France



Posté par Ch. Hamieau | 19 Oct 2020 | Les News | 0 |

En cette mi-octobre le SNBI fait son actualité avec la nomination de Sonia Rigal, déjà responsable communication et relations avec les adhérents au sein du SNBi, en tant que Déléguée Générale.

Egalement auteur du **Rigal de la bière**, l'annuaire nationale des brasseries indépendantes en France, voit donc ses fonctions élargies et renforcées sous l'impulsion de ses 600 adhérents et pour continuer l'important travail mené par le syndicat.

« Son expérience de près de 20 ans au service des brasseurs, sa connaissance du terrain et son envie quotidienne de défendre les brasseurs artisans et indépendants seront un atout majeur pour le SNBi.

Sonia Rigal aura pour mission de préparer, d'organiser et mener à bien toutes les missions du syndicat, aux côtés du président Jean-François Drouin et de l'ensemble du conseil d'administration », explique-t-on du côté du syndicat..

Rappelons qu'après 4 années d'existence ce sont plus de 600 brasseries qui sont devenue adhérentes du SNBI, qui est devenu l'organisation professionnelle de référence pour les brasseurs artisans et indépendants.

« En cette période de crise sanitaire, les sujets sont toujours plus nombreux au SNBi, dont le seul objectif est d'être au service des brasseurs artisans et indépendants. Sonia Rigal est d'ores et déjà au travail », rapporte le SNBi.

L'autre actualité de cette mi-octobre n'est autre que le lancement officiel de la 1ère bière collaborative nationale des adhérents du SNBi que nous avons annoncé en aout dernier, la Nation'Ale. Plus d'une centaine de brasseries adhérentes au SNBi ont participé à cet évènement unique et quelques brasseries non-adhérentes, trouvant l'idée fort sympathique et originale, ont aussi rejoint l'aventure.

Cette bière collaborative est une bière de récolte au houblon frais. Dans différents départements, plusieurs brasseries ont décidé de fabriquer ensemble cette bière selon un cahier des charges précis. Les fleurs de houblons ont été utilisées par les brasseurs juste après la cueillette, sans être séchées ni conditionnées, permettant ainsi de révéler le parfum végétal et la fraîcheur de la plante, en provenance directe de la houblonnière.

Basée sur un graphisme et un nom communs, suivant le même cahier des charges pour des recettes différentes selon les brasseries, la Nation'Ale est en vente dans toutes les régions de France, dans les brasseries ainsi que leurs réseaux habituels de distribution. Liste des brasseries participantes (PDF).



URL :<http://www.maltsethoublons.com/>

PAYS :France

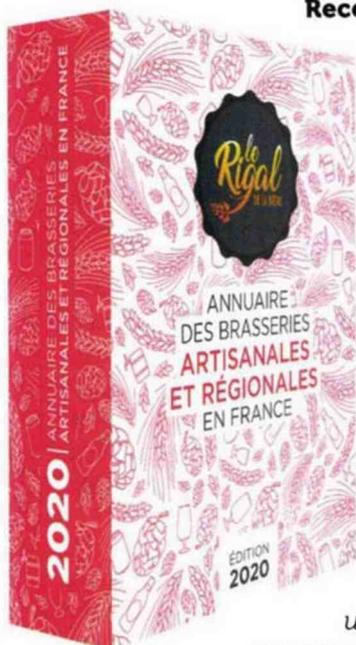
TYPE :Web Grand Public

► 19 octobre 2020 - 08:00

[> Version en ligne](#)

Nous avons eu l'occasion de déguster certaines d'entre elles et nous ne manquerons pas de revenir sur ces brassins.

3^e édition du Rigal de la Bière



Recensant les brasseries françaises de moins de 200 000 hectolitres, l'annuaire Rigal de la Bière vient de paraître, pour la troisième année consécutive.

Ce sont environ 1700 brasseries qui sont recensées, à partir des informations recueillies via une collecte digitale remplie par le brasseur lui-même. Il répertorie aussi des acteurs, ambassadeurs, fournisseurs et prescripteurs du marché brassicole. Une nouveauté cette année: le pourcentage de la production en bio.

La crise du COVID-19 ayant limité de manière drastique les entrevues et échanges avec les brasseurs,

un cahier spécial fournisseurs / annonceurs a été créé permettant ainsi une double visibilité pour l'annonceur: son encart publicitaire au fil des pages et dans le cahier fournisseur. Sa prise en charge a été assurée par le Rigal de la Bière.

Disponible sur une boutique en ligne, le Rigal de la Bière est vendu au prix de 48 € TTC (plus les frais de port) pour la version papier, et à 38,40 € TTC pour la version numérique.



Bières et panachés : 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. 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'enlisent un peu plus chaque année

Les chiffres

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

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 Bourganell, 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.

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.

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'enlisent 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

AOÛT-SEPTEMBRE 2019

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 tangué 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 du 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 Ekceli, 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



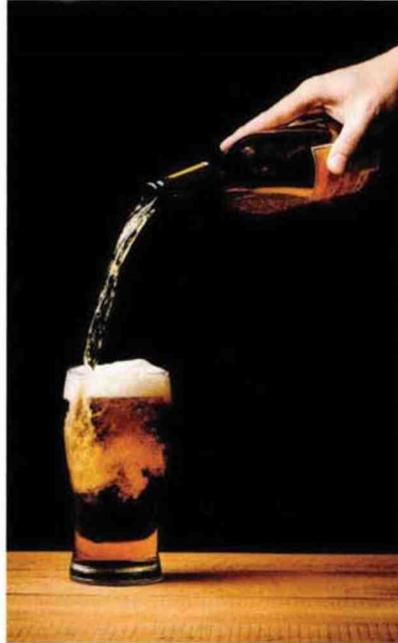
La brasserie corse Pietra signe une nouvelle bière sans gluten, élaborée à base de malt d'orge et de houblon américain Sterling bio. La farine de châtaigne de la marque Pietra vient arrondir le tout. En bouteille de 33 cl et bientôt en pression. PVC: 2,30 €. La Dremmwel bio de la Brasserie de Bretagne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

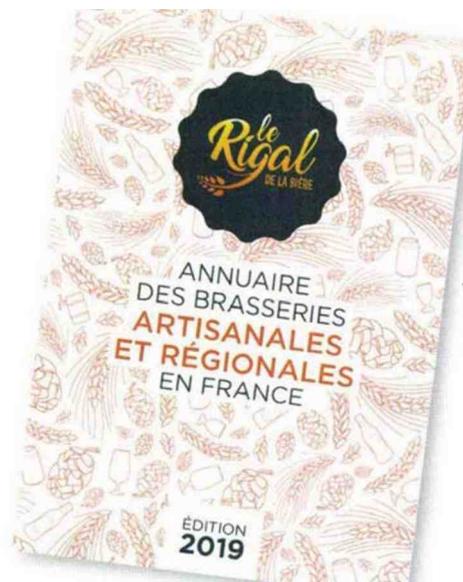
Deuxième édition pour l'annuaire Rigal de la Bière

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

- 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

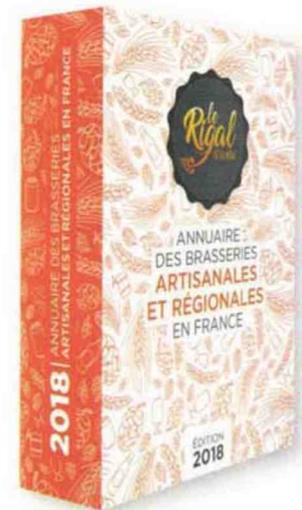
« Une petite dizaine de brasseurs indépendants bénéficient d'une distribution nationale, mais pour le reste des troupes, elle reste ultra locale », relève François Drouin. On retrouve dès lors leurs bières dans deux types d'établissement de CHR : les brasseries régionales, plus généralistes, qui vont 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 €.