



FÉVRIER 2024

BIÈRES ARTISANALES

Innovation, tradition et demande croissante dynamisent le marché



DANS CE DOSSIER

SYNTHÈSE DU MARCHÉ MONDIAL ET DU MARCHÉ EUROPÉEN 3

- Le marché mondial de la bière est dominé par une poignée d'acteurs.....3
- La France, un acteur majeur du marché européen7

ÉTAT DES LIEUX DU MARCHÉ NATIONAL 14

- Un marché de la bière en hausse en France..... 14
- La bière artisanale : un segment très dynamique 17

ANALYSE DE LA DEMANDE..... 21

- La consommation d'alcool en France 21
- Les Français, de grands consommateurs de bières 24
- Profil-type des consommateurs..... 27
- Propension à payer plus pour les bières artisanales que pour les bières industrielles 29

STRUCTURE DU MARCHÉ..... 30

- Chaîne de valeur 30
- Structure du marché des bières artisanales..... 32
- Matières premières : zooms sur les filières du malt et du houblon en France 35
- Les canaux de distribution des bières artisanales 38
- Le développement des foires à la bière 39

RÉGLEMENTATION..... 41

- L'appellation « bière artisanale » et les règles d'étiquetage..... 41
- Devenir entrepositaire agréé..... 42
- Réglementation de la vente directe 43

POSITIONNEMENTS INNOVANTS DES ACTEURS 45

- Le bio s'installe comme une tendance durable 45
- Le sans alcool, un créneau tiré historiquement par la bière 48
- Les IPA, vitrines du savoir-faire des brasseries artisanales 52
- Les bières fortes attirent toujours leur public 56
- Le développement des références fruitées..... 59
- Le sans gluten, un petit segment opportun pour les brasseurs artisanaux 61

VOIES DE DÉVELOPPEMENT DES ACTEURS..... 63

- Les brasseries artisanales intègrent des grands groupes pour accélérer leur développement 63
- Le e-commerce, un canal de croissance porteur 66

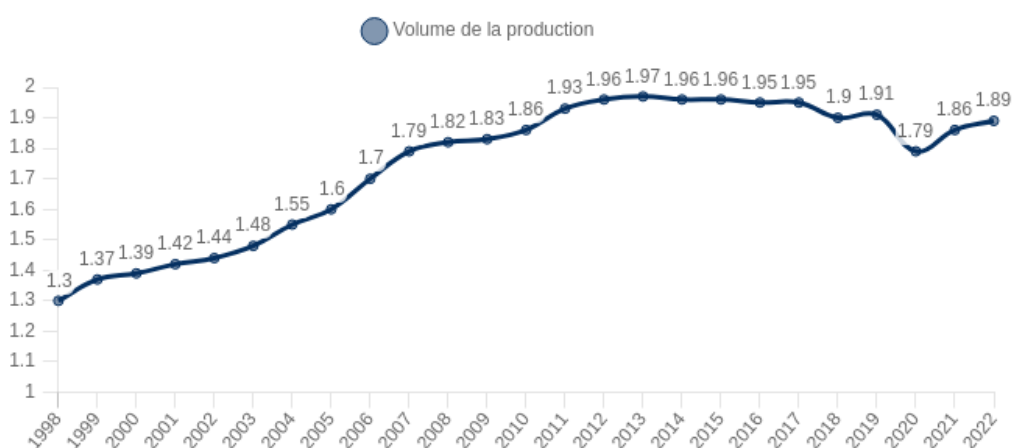
1. Synthèse du marché mondial et du marché européen

1.1 Le marché mondial de la bière est dominé par une poignée d'acteurs



Evolution de la production mondiale de bière

Monde, 1998-2022, milliards d'hectolitres



Source : [Barthaas Report 2022/2023](#)

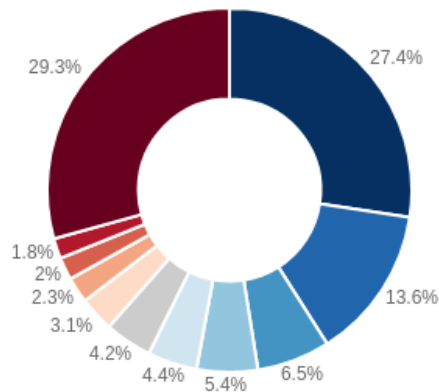
Depuis 1998, la production mondiale a connu **une forte croissance avec une évolution de 45,4% entre 1998 et 2022**. Le volume de la production mondiale a connu **une stagnation entre 2012 et 2017** avant de connaître une **baisse en 2020**. En effet, la production mondiale de bière a diminué de 0,12 milliard d'hectolitres entre 2019 et 2020, représentant une chute de 6%. Cette situation s'explique par l'épidémie de la covid 2019 et notamment par la fermeture des établissements de restauration et de tourisme, qui représentent un tiers de la consommation mondiale.



Parts de marché des entreprises du secteur

Monde, 2022, %

● AB InBev ● Heineken ● China Resources Snow Breweries ● Carlsberg ● Molson Coors
● Tsingao Brewery Group ● Asahi ● BGI ● Yanjing ● Efes Group ● Autres



Source : [Barthhaas Report 2022-2023](#)

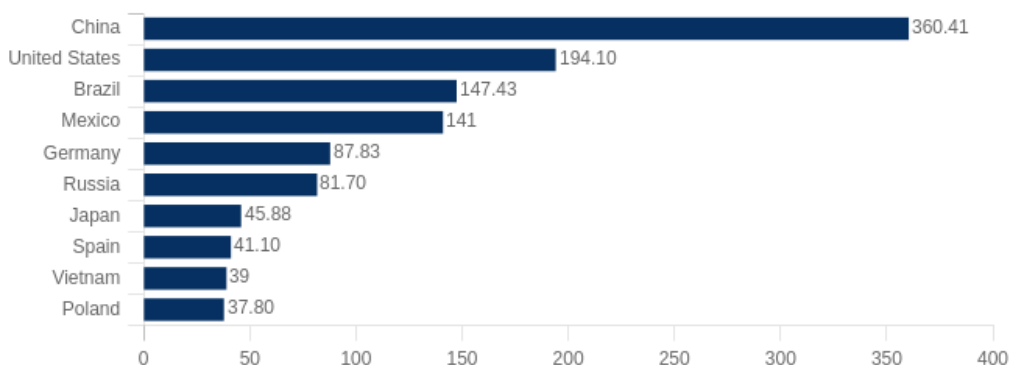
Le marché mondial de la bière est un **marché concentré**, dans lequel les trois plus grosses entreprises (AB inBen, Heineken, China Resources Snow Brewercies) se partagent un peu plus de **70% du marché mondial**.



Classement des pays producteurs de bière

Monde, 2022, en millions d'hectolitres

● Production de bières



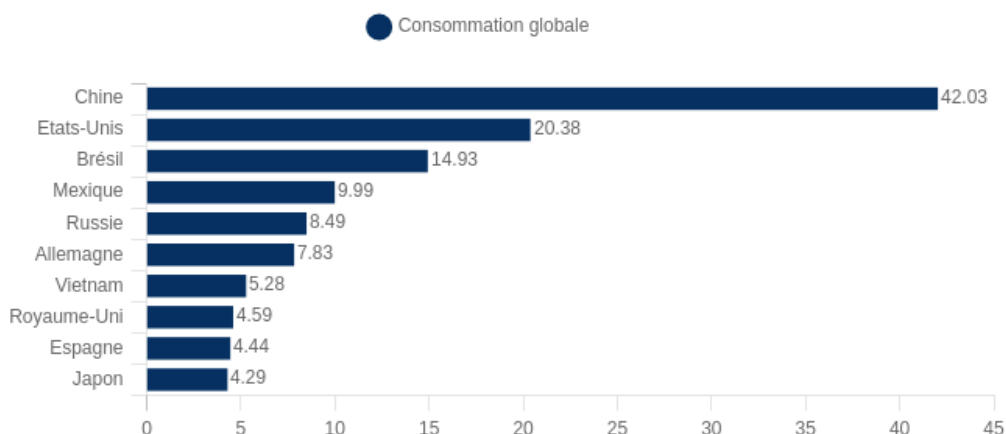
Source : [BartHaas](#)

En 2022, la production mondiale de bière a atteint **1,89 milliard d'hectolitres**, soit une augmentation de 25 millions d'hectolitres par rapport à 2021. **La Chine est très largement en tête** en 2022 avec 166.3 millions d'hectolitres produit de plus que le pays en seconde place, les États-Unis.



Consommation mondiale de bière par pays

Monde, 2022, en milliers de kilolitres



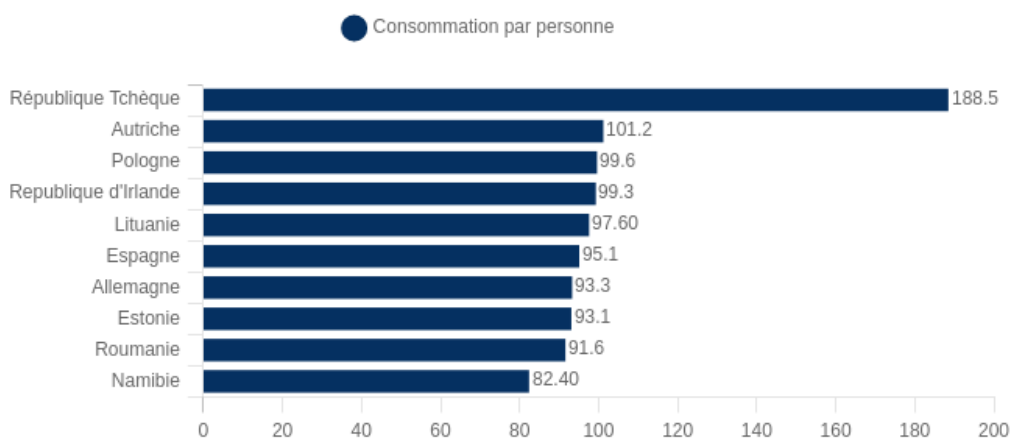
Source : [Kirin](#)

La Chine, en plus d'être le plus grand pays producteur de bière, est également le pays le plus consommateur de bière au monde. La Chine occupe la première place avec une consommation de 42,03 milliers de kilolitres, suivie par les États-Unis avec 20,38 milliers de kilolitres.



Les pays les plus consommateurs de bières par habitant

Monde, 2022, en litres



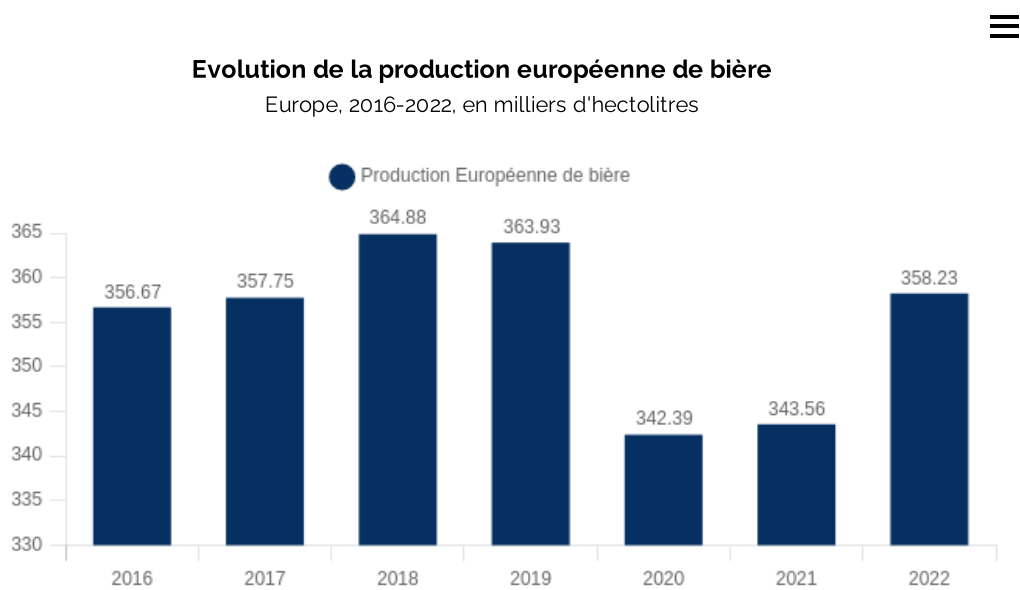
Source : [KIRIN](#)

Mais c'est en République Tchèque que les habitants boivent le plus de bière avec près de **189 litres** consommés par habitant/par an, ce qui représente environ **298 bouteilles** de 633 ml. La République Tchèque se démarque particulièrement des autres pays avec **87,3 litres** de plus que L'Autriche que l'on trouve en deuxième position. Nous remarquons également que dans ce top 10 mondial, **neuf pays se trouvent dans l'Union Européenne**. Les Européens sont donc les plus grands amateurs de bières dans le monde.

1. Synthèse du marché mondial et du marché européen

1.2 La France, un acteur majeur du marché européen

1. Évolution de la production et de la consommation européenne



Source : [ThebrewersofEurope](https://www.thebrewersofeurope.com/) 

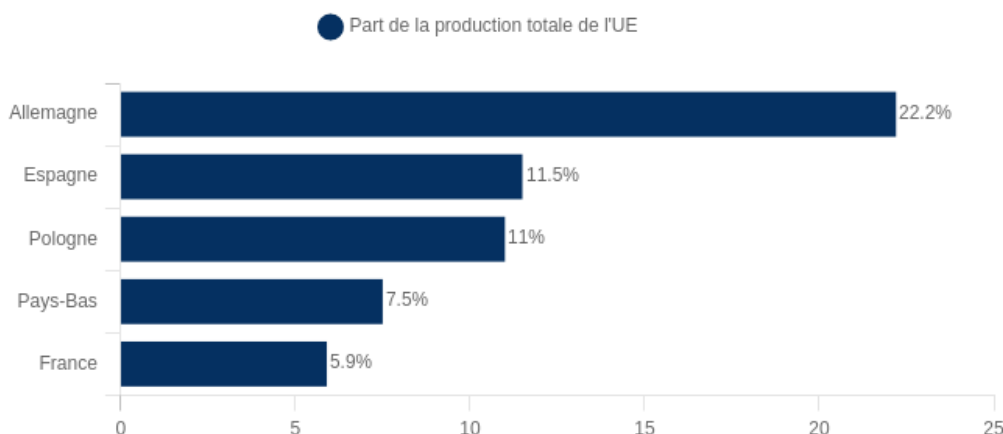
Au cours de ces dernières années, la production européenne connaît des fluctuations annuelles, mais globalement la tendance générale est à la hausse, en passant de **356,67 milliers d'hectolitres** produits en **2016** à **358,23 milliers d'hectolitres** en **2022**.

En 2020, une **baisse plus marquée** est enregistrée, probablement due à des facteurs tels que la pandémie de COVID-19 et ses impacts sur l'industrie. Cependant, en 2021, une légère reprise est constatée avec une production qui augmente. Enfin, en 2022, la production européenne de bière connaît une augmentation significative, atteignant **358,23 milliers d'hectolitres**, dépassant ainsi les niveaux de production observés précédemment.



Principaux pays producteurs de bière en Europe

Europe, 2022, en %

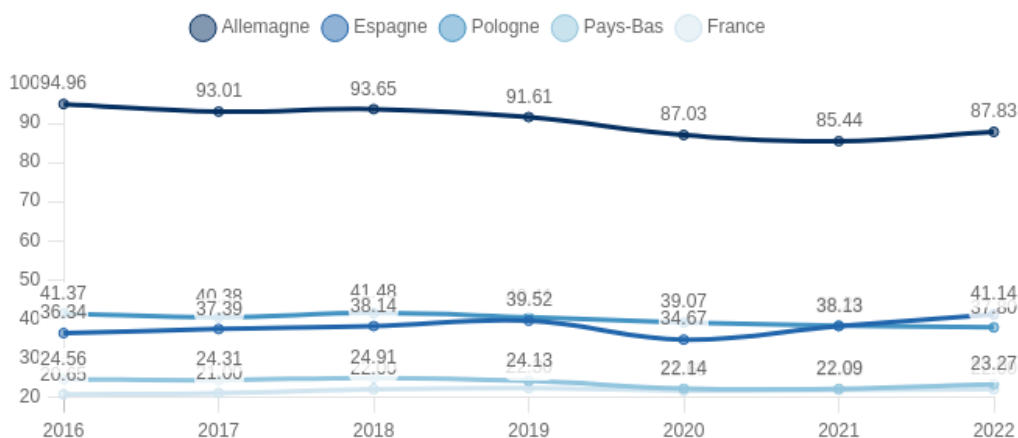


Source : [Eurostat](#)



Evolution de la production des principaux pays producteurs de bière

Europe, 2016-2022, en milliers d'hectolitres



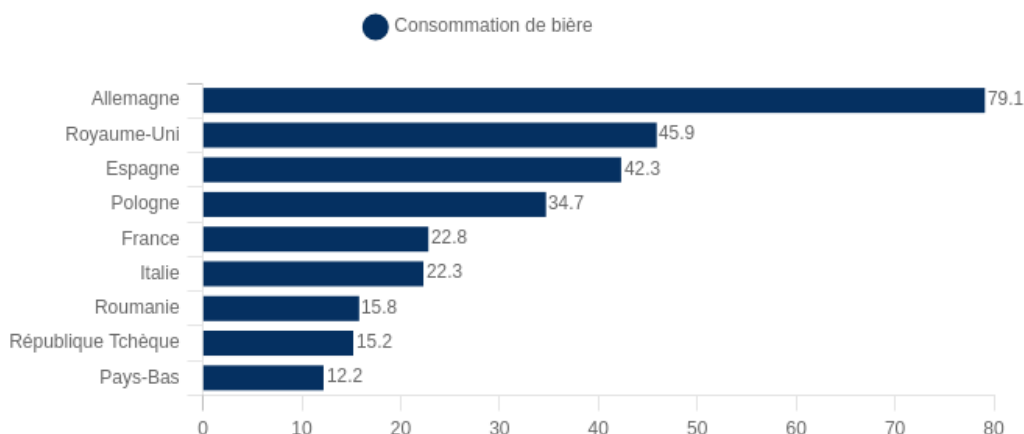
Source : [ThebrewersofEurope](#)

En 2022, le pays avec la plus grande part de la production totale de l'Union Européenne est l'Allemagne (22,2%). La France reste bien classée avec une part de **5,9%** de la production totale et se place en 5^e position. La production de bière en France est en croissance depuis 2015 avec une évolution de **8,4%** entre 2015 et 2022. On note une légère baisse de la production en 2020 due à la crise sanitaire. Dès 2021, la production de bière était de nouveau en hausse par rapport à l'année précédente, tout comme en 2022. L'impact de la covid sur la production de bière s'est fait donc principalement ressentir en 2020.



Classement des pays buvant le plus de bière en Europe

Europe, 2022, en milliers d'hectolitres



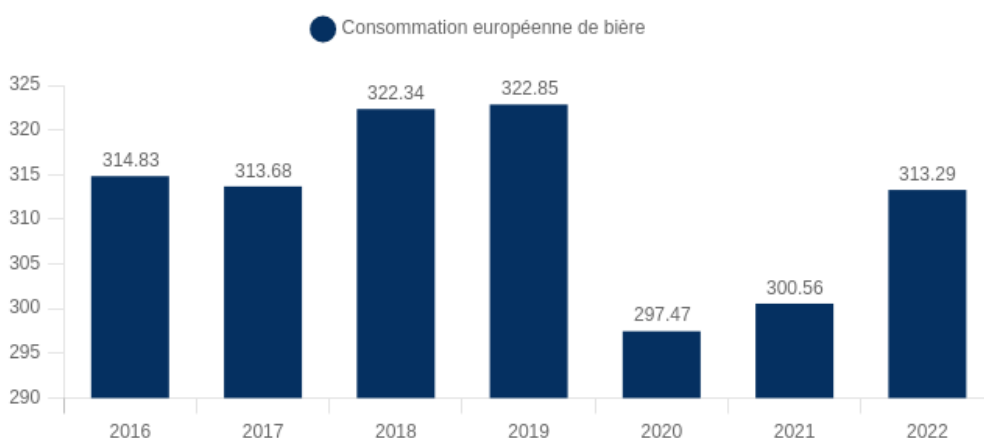
Source : [The Brewers of Europe](#)

C'est aussi en Allemagne que la consommation de bière est la plus forte avec **79,1 millions d'hectolitres** consommés. Nous retrouvons de nouveau la France en 5^e position avec une consommation annuelle de **22,8 millions** d'hectolitres.



Evolution de la consommation européenne de bière

Europe, 2016-2022, en milliers d'hectolitres



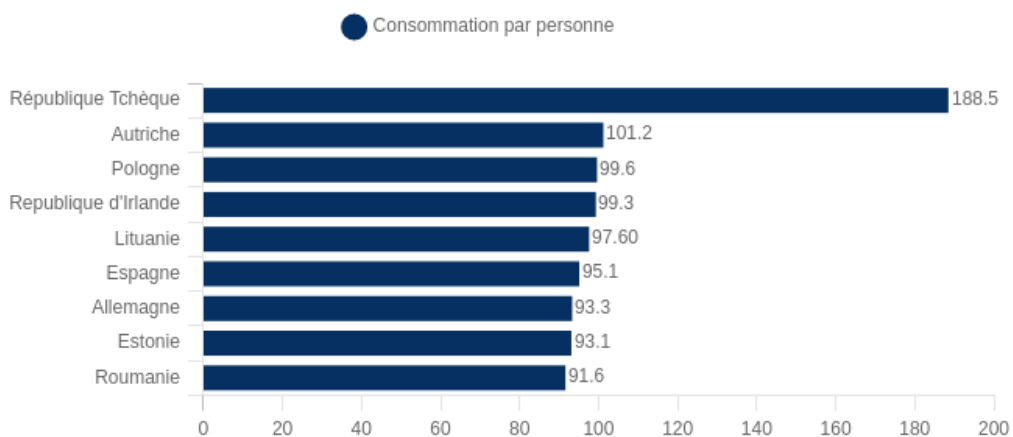
Source : [ThebrewersofEurope](#)

La consommation européenne de bière connaît une tendance générale à la hausse jusqu'en **2019**, avec des niveaux records atteints cette année-là. Cependant, en 2020, une forte baisse est enregistrée, probablement en raison des restrictions liées à la pandémie de COVID-19. La consommation augmente ensuite en 2021 et 2022, mais sans retrouver le niveau de 2019.



Les pays européens les plus consommateurs de bières par habitant

Europe, 2022, en litres



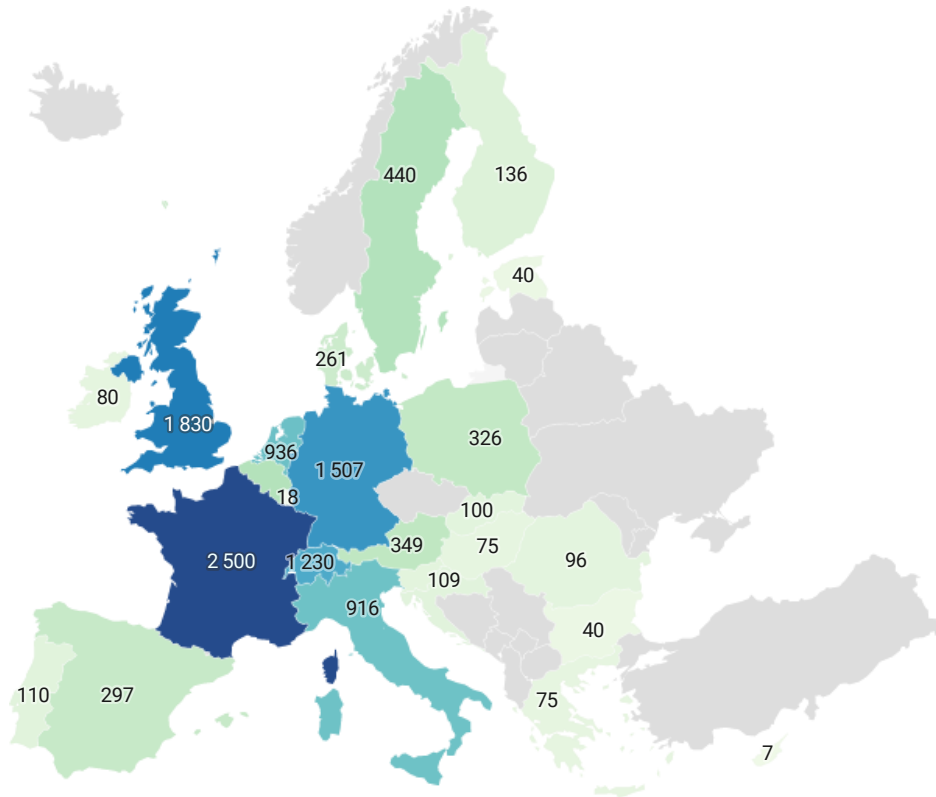
Source : [KIRIN](#)

La **République tchèque** se distingue nettement comme le pays avec la plus haute consommation par personne, atteignant **188,5 litres**. Ensuite, l'Autriche, la Pologne et la République d'Irlande suivent avec des niveaux de consommation par habitant relativement élevés, dépassant les 90 litres.

2. Répartition des brasseries et microbrasseries en Europe

Nombre de brasseries actives

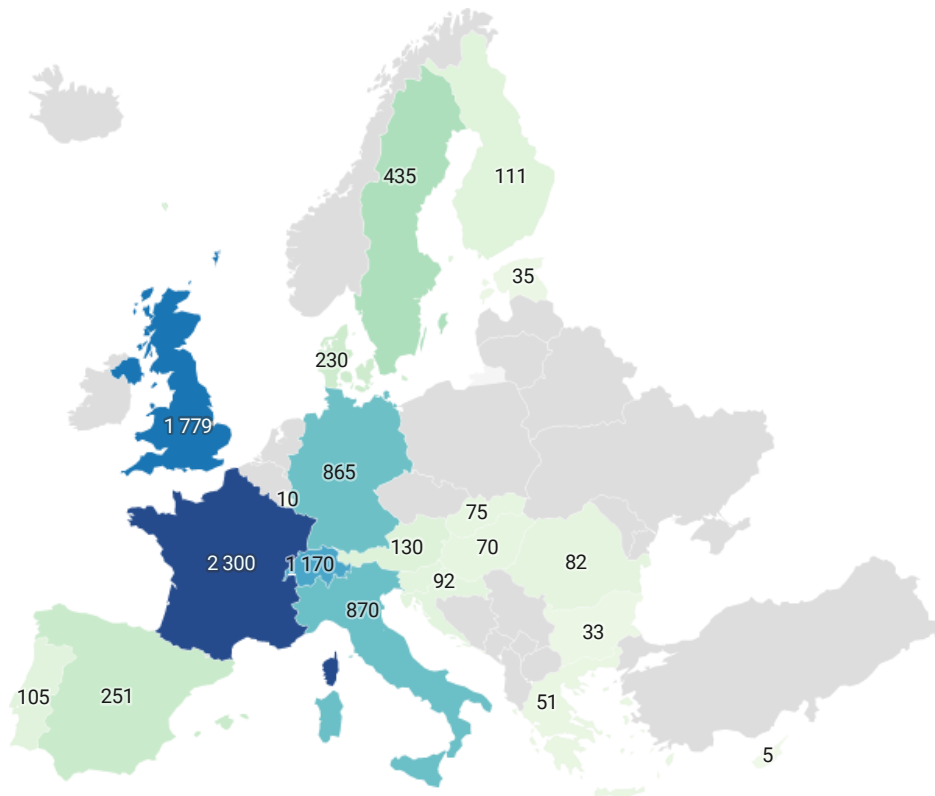
Europe, 2022, en valeur



Source: [The Brewers of Europe](#) • Récupérer les données • Créé avec [Datawrapper](#)

Nombre de microbrasseries

Europe, 2022, en valeur



Source: [The Brewers of Europe](#) • Récupérer les données • Créé avec [Datawrapper](#)

La France est le pays européen où se trouve le plus grand nombre de brasseries et de microbrasseries actives avec respectivement 2500 et 2300 établissements présents sur le territoire français. La création de brasseries et de microbrasseries connaît une forte croissance depuis une dizaine d'années, en 1995, c'était seulement 15 nouvelles brasseries qui ouvraient chaque année quand en **2018 il s'ouvrait presque une brasserie chaque jour**.

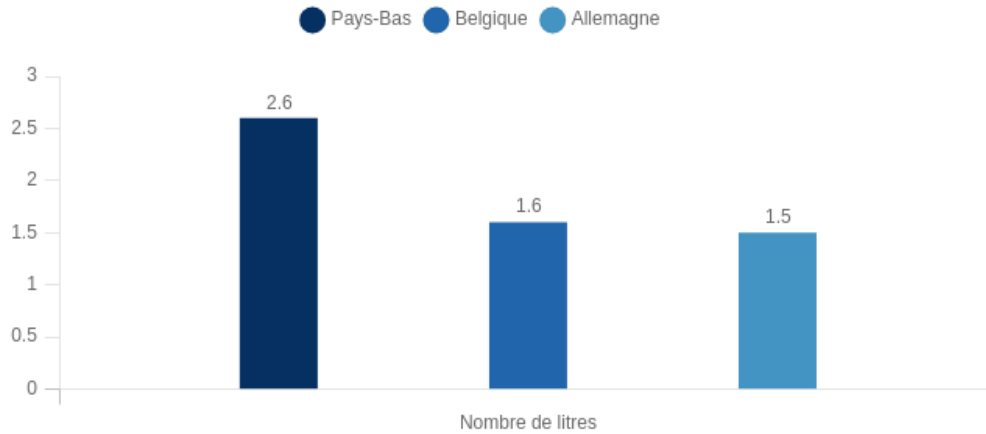
Cependant, en 2023, les brasseurs et microbrasseurs ont été fortement fragilisés par **l'inflation** avec une augmentation importante des coûts des bouteilles, des céréales et de l'énergie. L'inflation a également poussé au repli de la consommation, dont la consommation de bières artisanales. Ces difficultés ont obligé certaines brasseries et microbrasseries à fermer.

3. Principaux exportateurs et importateurs européens



Top 3 des exportateurs de bières

Europe, 2022, en milliard de litres

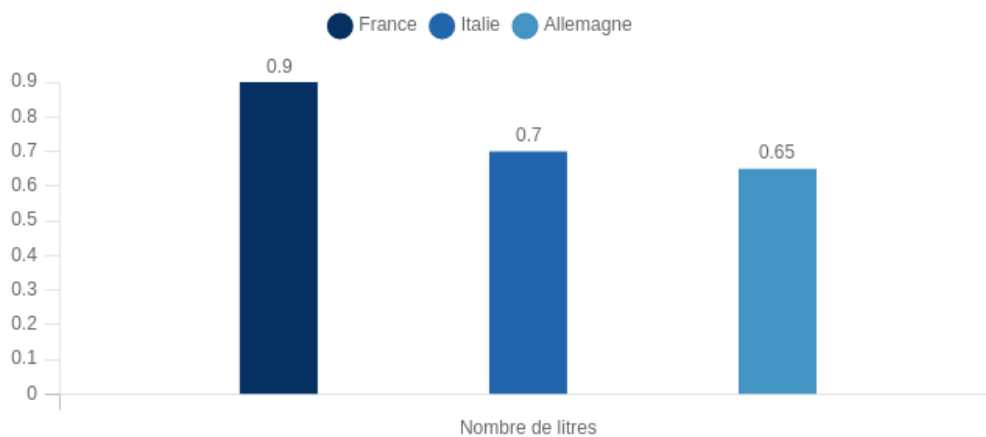


Source : [Eurostat](#)



Top 3 des importateurs de bières

Europe, 2022, en milliard de litres



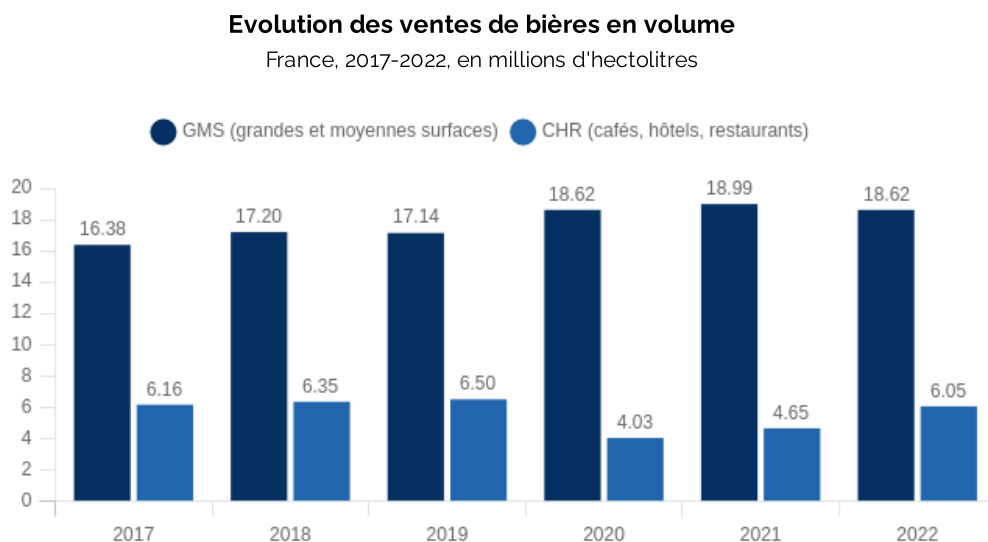
Source : [Eurostat](#)

Malgré une forte présence de brasseries et de microbrasseries sur le territoire français et une cinquième place en termes de production de bière en Europe, la France est le **premier pays importateur de bière en Europe**. On note aussi que l'Allemagne est à la fois le troisième pays importateur et le troisième pays exportateur en Europe, toutefois sa balance commerciale reste excédentaire avec des exportations plus importantes que les importations.

2. Etat des lieux du marché national

2.1 Un marché de la bière en hausse en France

1. Ventes de bières en France :



Source : [Brasseurs de France](#)

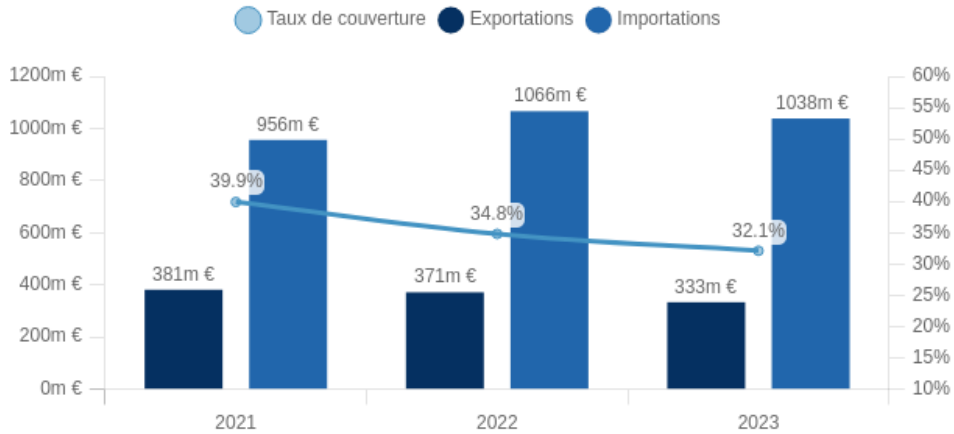
Depuis 2017, on remarque une évolution positive des ventes de bières en France, avec **2,24 millions d'hectolitres** supplémentaires vendus entre 2017 et 2022 en GMS. On note également que la majorité des ventes de bières est réalisée dans les grandes et moyennes surfaces. Une petite baisse des ventes de bières en CHR est à noter en 2020 et 2021 ce qui s'explique par la fermeture de ces lieux lors des différents confinements.

2. Une balance commerciale déficitaire :



Evolution des exportations et importations de bières

France, 2021-2023, millions d'euros



Source : [Douanes Françaises](#)

La France **importe davantage de bière qu'elle n'en exporte**, la balance commerciale française sur le marché des bières est donc **déficitaire** avec un taux de couverture oscillant entre 30 et 40%, et qui connaît une diminution au cours des années. De plus, on remarque une baisse progressive des exportations se chiffrant à 381M € en 2021 contre 333M€ en 2023 et une augmentation des importations entre 2021 et 2023 avec 82M € supplémentaire.



Principaux pays-clients (exportations en valeur)

France, février 2023-janvier 2024, %



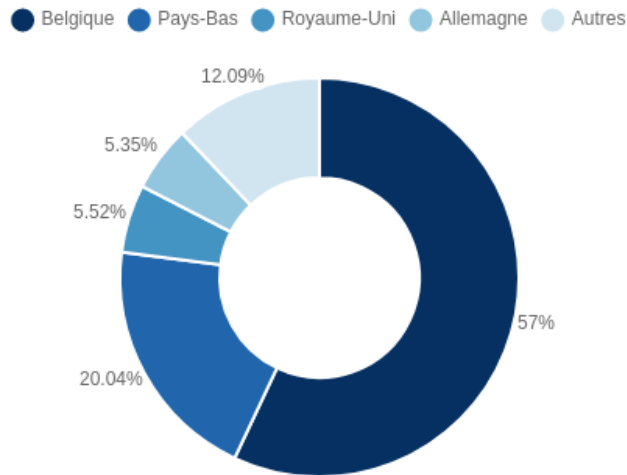
Source : [Douanes Françaises](#)

La France exporte principalement en Espagne, aux Pays-Bas, en Chine, au Royaume-Uni et en Belgique. Ces 5 pays représentent à eux seuls près de **55%** des exportations françaises. On note par ailleurs que la France exporte essentiellement sa bière dans des pays Européens.



Principaux pays fournisseurs (importations en valeur)

France, février 2022-janvier 2023, %



Source : [Douanes Françaises](#)

La Belgique et les Pays-Bas sont les principaux fournisseurs de bières de la France, ces deux pays représentent près de **80%** des importations françaises.

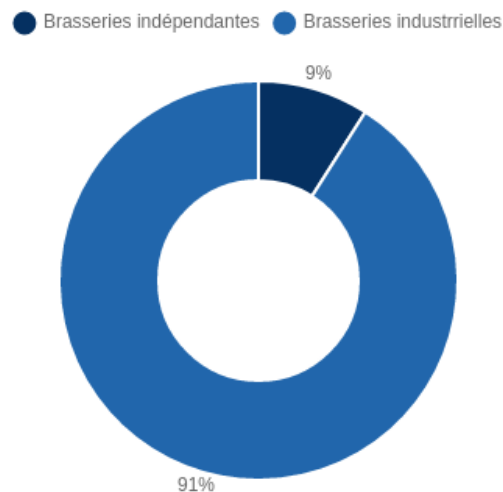
2. Etat des lieux du marché national

2.2 La bière artisanale : un segment très dynamique

En 2022, **la part de marché des brasseries indépendantes** sur le marché des bières en France était de **9%** [SNBI]. Précisons que les brasseries indépendantes sont des brasseries non contrôlées ou non détenue par un membre de l'industrie des boissons alcoolisées, et que 99% des brasseries indépendantes sont des brasseries artisanales.

Part de marché des brasseries indépendantes sur le marché total de la bière

France, 2022, en %



Source : [SNBI](#) 

La bière artisanale se différencie de la bière industrielle par différents aspects, on peut résumer les principales différences sous forme de tableau :

Critères	Bière artisanale	Bière industrielle
Processus de fabrication	Approche plus manuelle, mettant l'accent sur les méthodes traditionnelles et innovantes.	Processus automatisé, axé sur l'efficacité et la reproductibilité.
Ingrédients	Sélection rigoureuse d'ingrédients de qualité, souvent locaux ou spécialisés.	Utilisation d'ingrédients standardisés pour assurer la constance du goût.
Diversité des saveurs	Large gamme de produits, offrant des saveurs complexes et uniques.	Gamme plus limitée, tendance à des profils de saveur uniformes.
Volume de production	Production en petits lots pour favoriser l'individualité et la créativité.	Production de masse à grande échelle pour répondre à une demande plus vaste
Personnalisation et innovation	Encouragement fort à l'expérimentation, avec des expériences de brassage créatives.	Moins d'espace pour l'expérimentation en raison de la nécessité de standardisation.
Impact environnemental	Approche plus respectueuse de l'environnement, privilégiant l'utilisation d'ingrédients locaux.	Impact environnemental plus important dû à la production et au transport à grande échelle.

Source : [Easybeer](#)

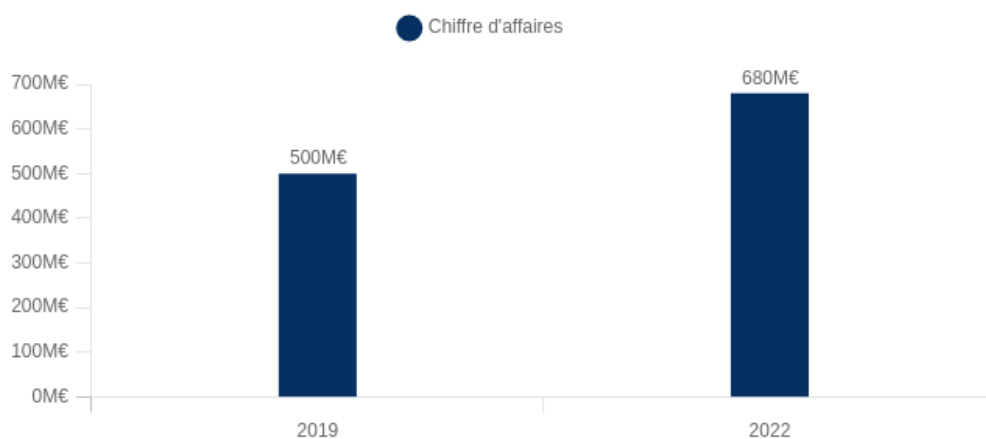
Depuis plusieurs années, les bières artisanales sont très populaires auprès des consommateurs français, témoignant d'une évolution de la demande et des préférences des consommateurs vers des produits locaux, diversifiés et très qualitatifs.

Ci-dessous sont présentés les chiffres relatifs aux brasseries indépendantes. Parmi cette catégorie de producteurs, 99% sont des brasseries artisanales.



Evolution du chiffre d'affaires des bières artisanales

France, 2019-2022, en millions d'euros



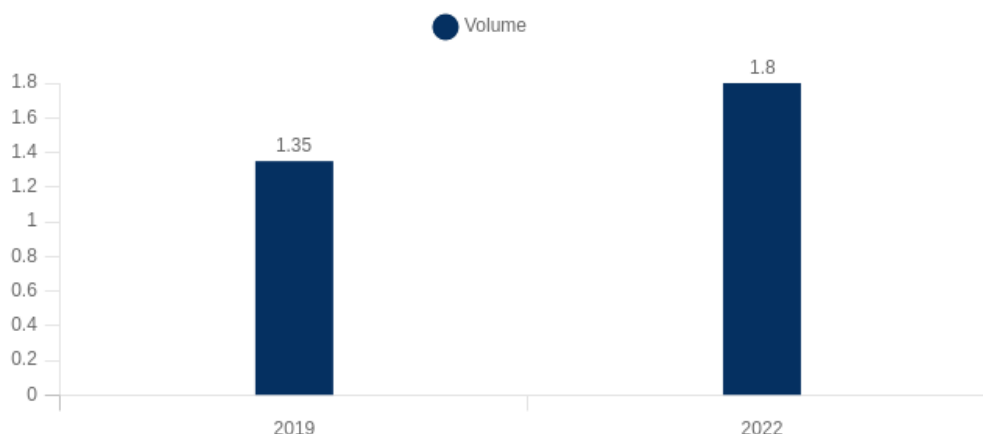
Source : [SNBI 2019](#), [SNBI 2022](#)

D'après les rapports de la SNBI, **le chiffre d'affaires des bières artisanales a augmenté de 36% entre 2019 et 2022**, passant ainsi de 500 millions d'euros en 2019 à 680 millions d'euros en 2022.



Evolution du volume de production de bières artisanales

France, 2019-2022, en millions d'hectolitres



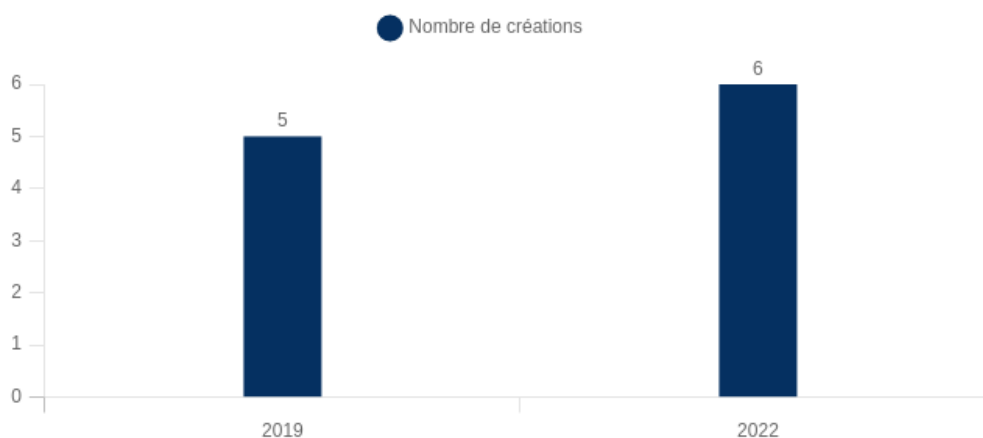
Source : [SNBI 2019](#), [SNBI 2022](#)

Il est intéressant d'analyser également la production en volume et pas seulement le chiffre d'affaires réalisé, notamment pour l'année 2022 qui fut une année très inflationniste. On note que **le volume de production a aussi connu une évolution positive** entre 2019 et 2022 avec une augmentation de 33% sur la période, soit légèrement moins que l'évolution du chiffre d'affaires sur la même période (36%).



Nombre de créations de brasseries artisanales par semaine

France, 2019-2022, en unité



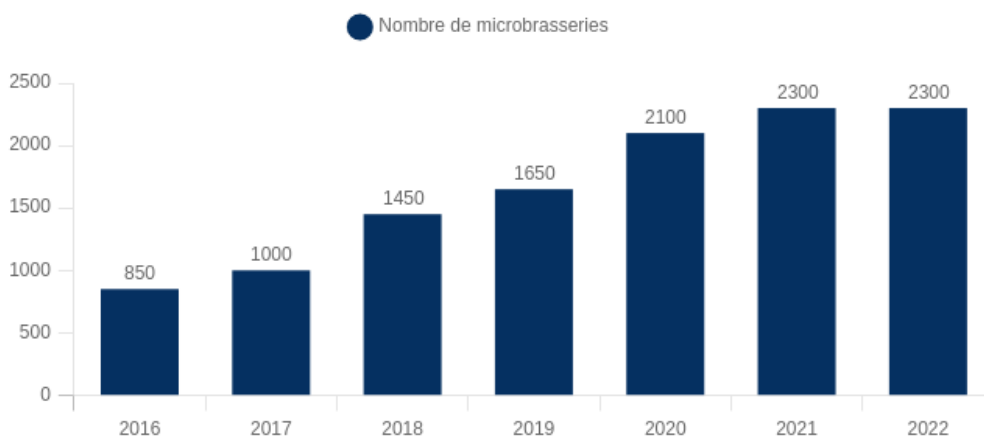
Sources : [SNBI 2019](#), [SNBI 2022](#)

L'évolution du nombre de micro-brasseries est aussi un indicateur soulignant le dynamisme du secteur. À l'exception de 2022, le nombre de micro-brasseries n'a cessé d'augmenter depuis 2016.



Evolution du nombre de microbrasseries actives

France, 2016-2022, en unité



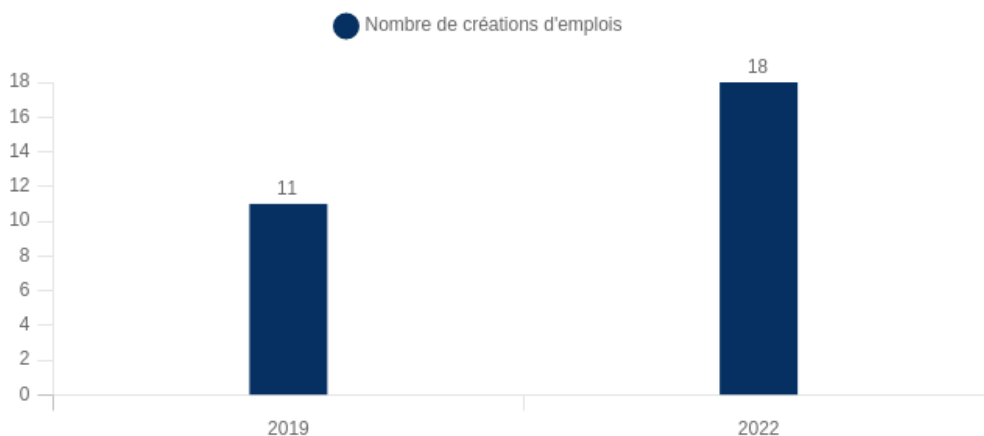
Source : [The Brewers of Europe](#)

On observe également une augmentation significative d'emplois créés entre 2019 et 2022 avec 7 emplois supplémentaires chaque semaine par rapport à 2019.



Nombre de créations d'emplois par semaine

France, 2019-2022, en unité



Source : [SNBI 2019](#), [SNBI 2022](#)

3. Analyse de la demande

3.1 La consommation d'alcool en France



Evolution de la consommation individuelle de boissons alcoolisées

France, 2005-2022, litre d'alcool pur par an et par personne



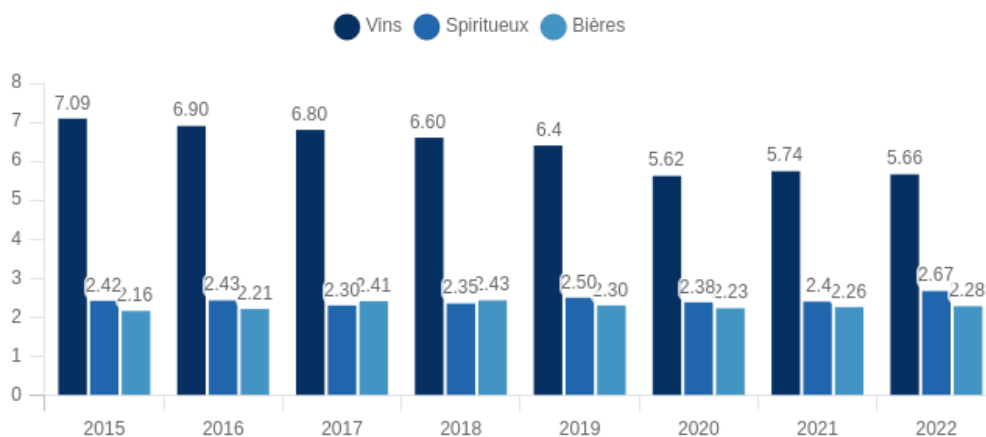
Source : [OFDT](#)

Une diminution structurelle de la consommation d'alcool par personne est observée, avec une baisse de **17%** de l'alcool consommé par personne entre 2005 et 2021. La consommation d'alcool a atteint son pic en 2006 avec 13,12 litres consommés en moyenne par personne. On observe également une baisse marquée en 2013, suivie d'une stagnation jusqu'en 2019, **avant une nouvelle baisse en 2020** qui pourrait être liée aux mesures de confinements qui ont réduit les activités sociales. Par ailleurs, cette diminution globale de la consommation d'alcool pourrait s'expliquer entre autres par les **campagnes de sensibilisation** et les **politiques publiques** mises en place. [[LePoint](#)]



Consommation individuelle des différents types de boissons alcoolisées

France, 2015-2022, en litre d'alcool pur par an et par personne



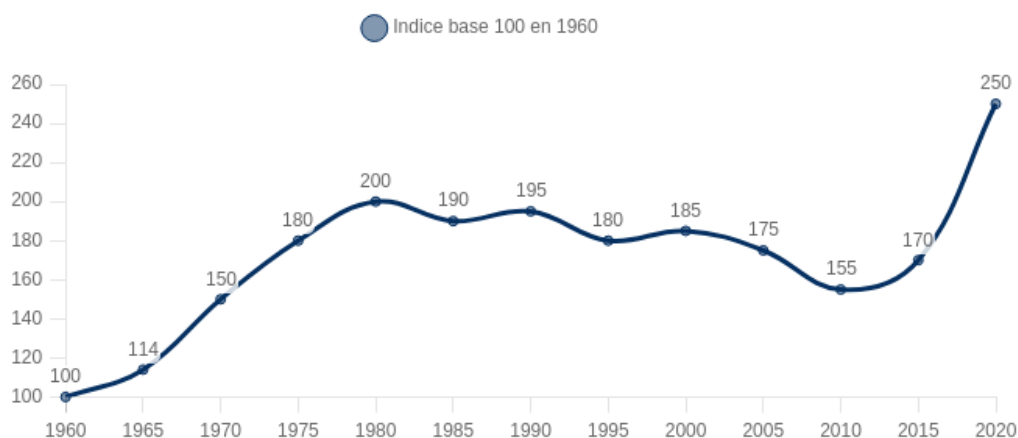
Sources : [OFDT](#), [OFDT](#)

Bien que la consommation totale d'alcool soit en baisse, **la consommation de bière ces dernières années est stable**, voire en légère hausse. Il en va de même pour la consommation de spiritueux. C'est la baisse de la consommation de vin qui impacte fortement la consommation totale d'alcool.



Evolution de l'indice de la consommation de bière par les ménages

France, 1960-2020, indice base 100 en 1960



Source : [INSEE](#)

Bien que la bière soit moins consommée que les autres alcools, elle a beaucoup gagné en popularité au cours des dernières décennies, avec une consommation qui a **plus que doublé entre 1960 et 2020**. On observe une augmentation notable de l'indice en 2020, passant de 170 en 2015 à 250 en 2020. Contrairement à la consommation d'alcool totale, **la bière a bénéficié de la crise sanitaire en 2020**.

3. Analyse de la demande

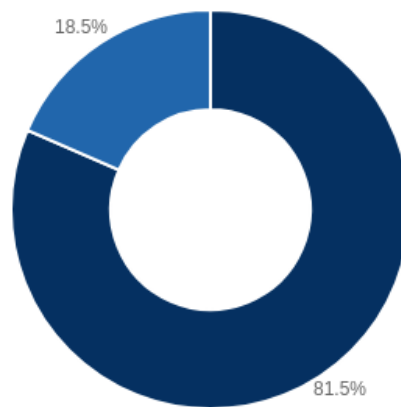
3.2 Les Français, de grands consommateurs de bières



Proportion de Français consommant de la bière

France, 2022, en %

● Consomment de la bière ● Ne consomment pas de bière



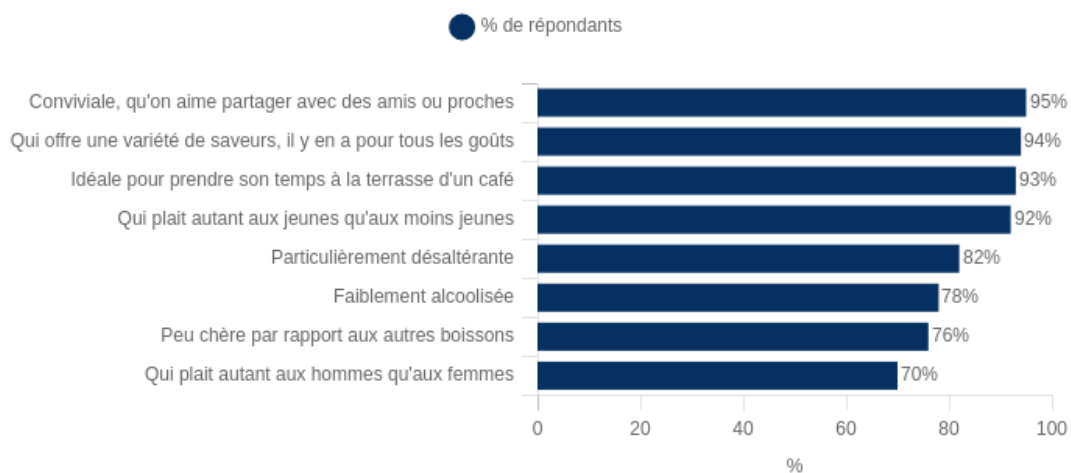
Source : [NielsenIQ](#)

Le taux de pénétration de la bière est important puisque **81,5% de la population en consomme en 2022.**



Perception de la bière par les Français

France, 2020, en %



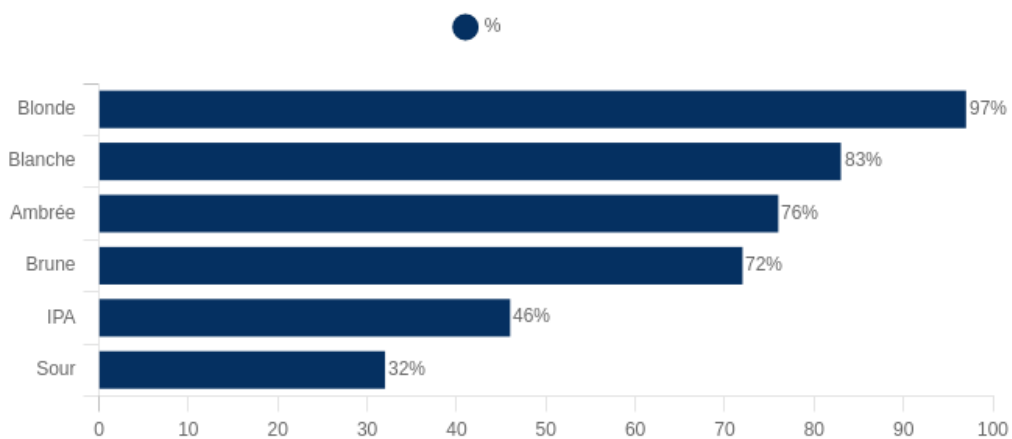
Source : [OFDT](#)

La perception de la bière en France est celle d'une boisson conviviale, à partager (95%), qui est intergénérationnelle (92%) et qui possède suffisamment de variantes pour plaire à tous (94%).



Les types de bières consommés par les Français

France, 2023, en %

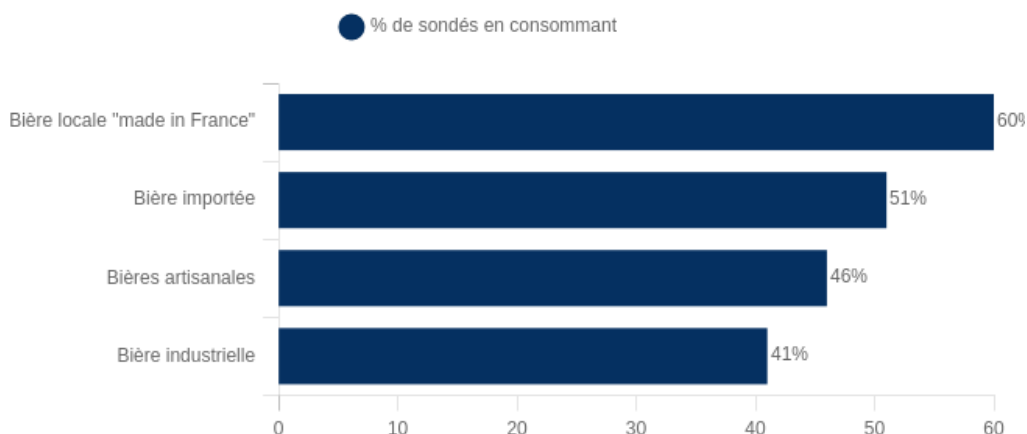


Source : [Sowine Dynata](#)



Bières consommées par les Français, par type de production

France, 2023, en %



Source : [Sowine Dynata](#)

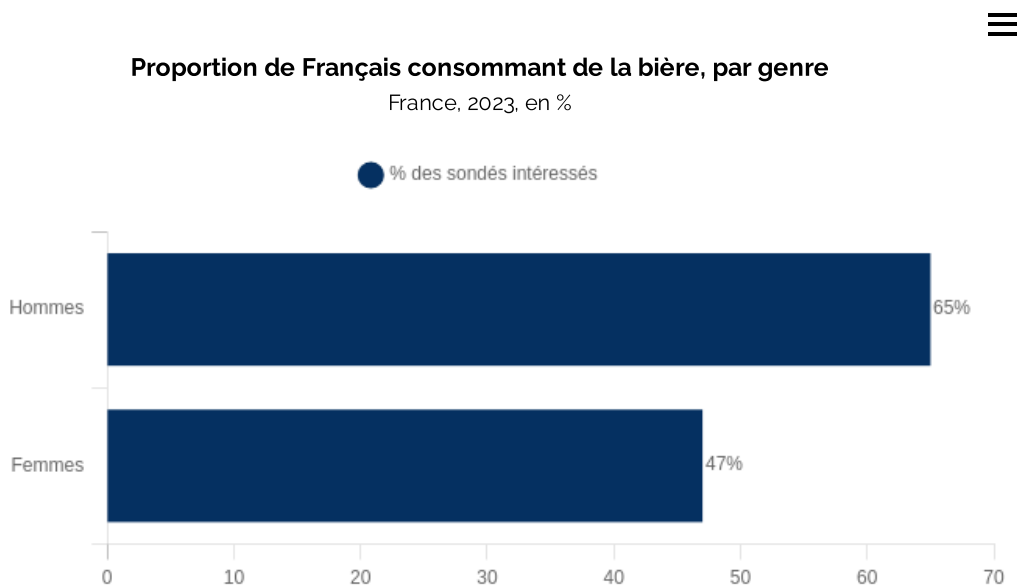
Certaines bières sont plus appréciées que d'autres. La bière blonde est celle qui est la plus consommée par les Français avec 97% des sondés qui en consomment, suivie par la bière blanche (83%) et la bière ambrée (76%). La bière sour est le type de bière la moins consommée des Français.

De plus, il y a **une préférence de la part des Français pour les bières locales**, plus populaires que les bières industrielles. **Les bières artisanales** sont aussi légèrement plus consommées que les bières industrielles.

3. Analyse de la demande

3.3 Profil-type des consommateurs

Les graphiques ci-dessus détaillent le profil type des consommateurs de bière français. Le consommateur type de bière est plutôt **masculin**. De plus, **la tranche d'âge 26-35 ans** est la plus consommatrice de bières. Enfin, 55% des consommateurs de bières se déclarent "**néophytes**" et sont donc des adeptes assez récents de cette boisson.

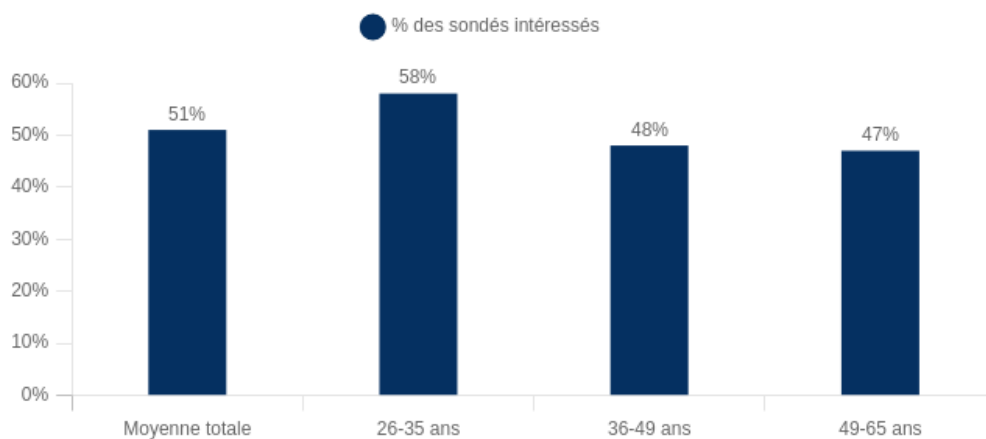


Source: [Sowine Dynata](#)



Proportion de Français intéressés par l'univers de la bière, par tranche d'âge

France, 2022, en %

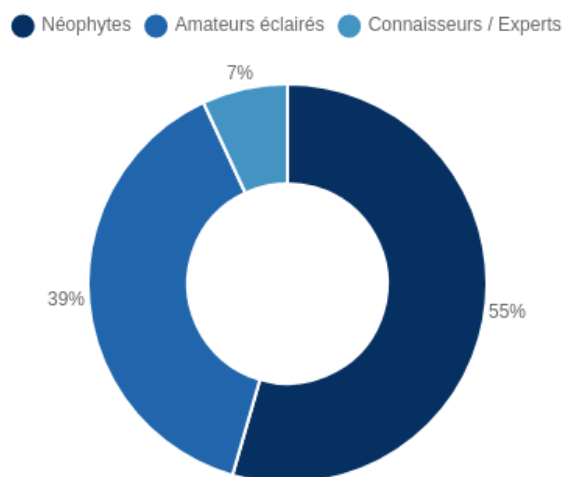


Source : [Sowine Dynata](#)



Répartition des consommateurs de bière par type de profil de consommation

France, 2023, en %



Source : [Sowine Dynata](#)

3. Analyse de la demande

3.4 Propension à payer plus pour les bières artisanales que pour les bières industrielles

Les bières artisanales sont généralement plus chères que les bières industrielles. Une enquête nationale menée par [happybeertime](#) en 2018 s'est penchée sur la question : "*A combien estimes-tu le juste prix pour les bières suivantes dans ta ville (dans un bar du centre-ville de préférence) ?*" et a permis de mettre en valeur le résultat suivant :

La propension à payer des consommateurs français pour **un demi de bière industrielle se situe à 2,69€** alors **qu'un demi de bière artisanale devrait coûter 3,79€**. Ce qui signifie que les consommateurs de bière sont **prêts à payer 40% plus cher** leur demi de bière artisanale.

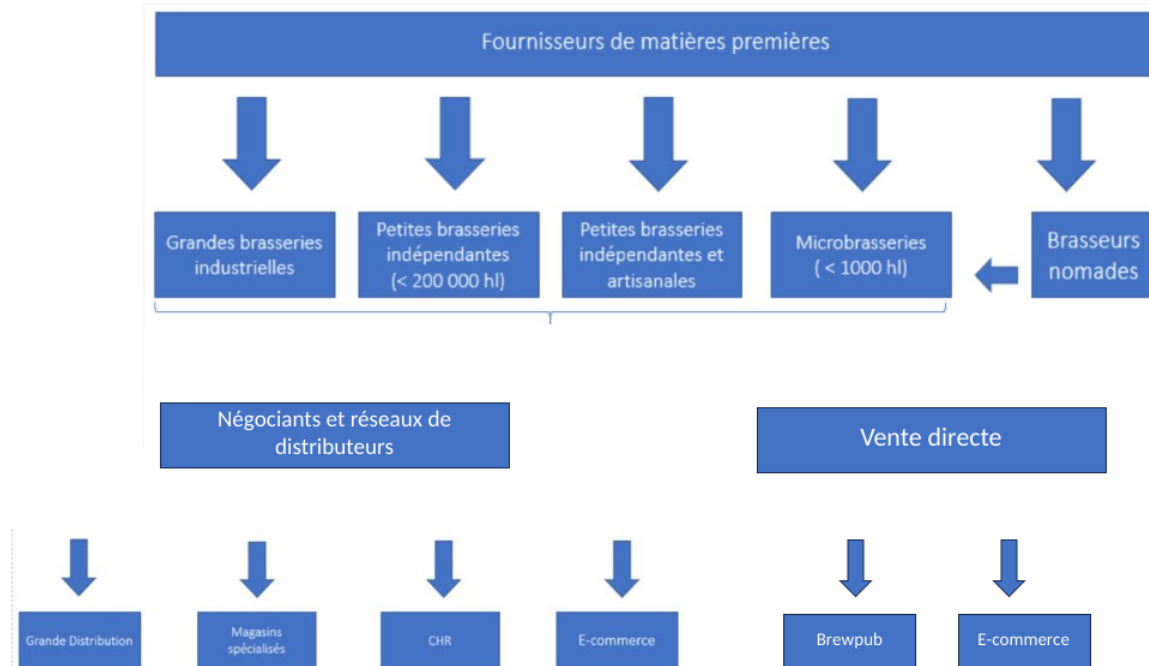
Ville	Bière industrielle	Bière artisanale
Paris	2,94€	4,11€
Lille	2,70€	3,71€
Montpellier	2,68€	3,44€
Lyon	2,77€	3,66€
Bordeaux	2,69€	3,87€
Nantes	2,35€	3,72€
Toulouse	2,61€	3,65€
Rennes	2,35€	3,40€
Strasbourg	2,86€	3,70€
Marseille	2,80€	3,90€
Grenoble	2,25€	2,87€
Valence	2,37€	3,75€
Bourges	2,50€	4,05€
Lorient	2,67€	3,33€
Orléans	3 €	3,50€
Clermont-Ferrand	2,10€	2,96€

Cette statistique est cependant **différente d'une ville à l'autre**, le prix de la bière artisanale étant supposé le plus cher à Paris tandis qu'Orléans affiche le prix de la bière industrielle le plus élevé.

4. Structure du marché

4.1 Chaîne de valeur

Les brasseries artisanales constituent un segment singulier au sein du marché global de la bière, dont la chaîne de valeur est présentée ci-dessous. En France, la production de bière a longtemps été le monopole de quelques marques d'industrie aux capacités de production énormes, dans un but d'efficacité pour alimenter les stocks de la restauration hors domicile (RHD) et de la grande distribution. Aujourd'hui, de nouveaux acteurs moins connus viennent diversifier l'offre pour répondre à un nouveau type de demande.



- Dans un premier temps, les petites brasseries indépendantes et artisanales s'approvisionnent en matières premières (houblon, malt...) auprès de différents fournisseurs. Les fournisseurs de matières premières peuvent être de différents types : de grands industriels tels que **Matleurop**, **Malteries Soufflet** ou bien **Cargill**. Les fournisseurs peuvent également être des artisans des malteries artisanales et des houblonnières artisanales qui se développent davantage depuis quelques années et qui répondent à la demande des brasseurs artisanaux.
- Après la fabrication des bières, **deux possibilités** s'offrent aux brasseries artisanales : se tourner vers **les négociants et réseaux de distribution** et/ou utiliser un **circuit court de vente** : avec des sites e-commerce ou avec la création d'un "**brewpub**", terme qui provient de la contraction de "brew" (brasser) et "pub" (pub), indiquant ainsi qu'il s'agit d'un pub dans lequel la bière est littéralement brassée sur les lieux [[Lepika](#)]. Pour la vente directe, le brasseur devra respecter certaines règles supplémentaires (Cf. partie V.C).
- **Les négociants** : Il faut différencier les deux types de négociants : les négociants intégrés (AB Inbev France, Kronenbourg, etc.) et les négociants indépendants (IBB, Craft Beer France, etc.). Le rôle du négociant est d'assurer le lien entre les producteurs de la filière et les acteurs de la distribution. Ils sont la clé de l'accès aux consommateurs. Pour les brasseries artisanales, l'enjeu est d'obtenir une meilleure visibilité dans un marché déjà saturé par les brasseries industrielles qui disposent de capacités de production incomparables avec les indépendants.

- **Les réseaux de distribution** : Les réseaux de distribution sont multiples, la bière peut être vendue dans différents endroits : en grande distribution, en magasins spécialisés, en ligne et auprès des établissements CHR. Il existe d'ailleurs des entreprises spécialisées dans la distribution aux CHR, telles que **France Boisson** du groupe Heineken, ou **Distriboissons**. Ce type de distribution est particulièrement intégré à la filière de la bière puisque les restaurants, les fêtes privées et l'organisation d'événements tels que des festivals ou des mariages sont des réservoirs de demande de bière importants.
- **Les brasseurs nomades** sont des sociétés qui ne disposent pas du matériel de brassage et qui font brasser leur bière chez d'autres producteurs, tels que des brasseries indépendantes et / ou artisanales. [[Projet Amertume](#)]

Source: [Easybeer](#)

4. Structure du marché

4.2 Structure du marché des bières artisanales

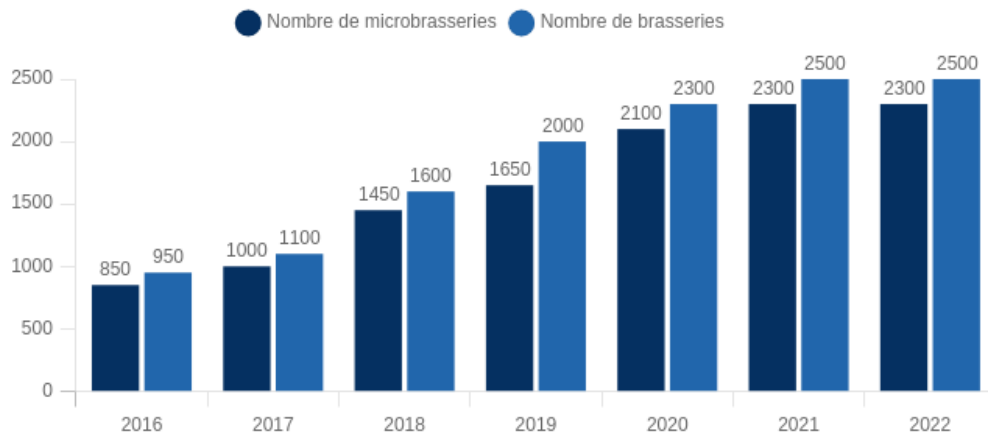
Ci-dessous est présentée l'évolution du nombre de brasseries et de microbrasseries en France. À titre informatif, une brasserie est considérée "micro" quand la production se situe entre **1 000 et 15 000 barils de bière par an** (référence qui peut légèrement varier en fonction des pays). De plus, les microbrasseries se concentrent généralement sur la création de bières plus expérimentales et axées sur les préférences des consommateurs. Souvent, les petites brasseries choisissent de mettre en avant leur identité régionale ou locale. La vague des microbrasseries a également été marquée par une grande inventivité, avec l'arrivée de bières intégrant des ingrédients tels que les algues, le chanvre ou le sarrasin sur le marché.

En France, le nombre de brasseries et de microbrasseries est en hausse depuis 2016 avec une évolution de **170%** du nombre de microbrasseries et **1550** brasseries supplémentaires en 2022 par rapport à 2016. À noter une **stagnation** du nombre de brasseries et de microbrasseries entre 2021 et 2022.



Evolution du nombre de microbrasseries et brasseries actives

France, 2016-2022, en unité



Source : [The Brewers of Europe](#)

Les emplois en brasserie se trouvent davantage dans les brasseries indépendantes, la majorité des emplois dans ce secteur sont donc dans des entreprises qui ne sont pas affiliées à de grands groupes ou à des structures intégrées.

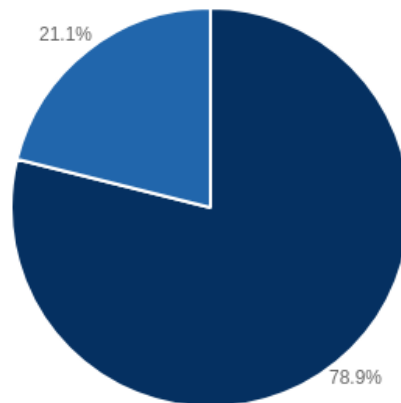
Une brasserie indépendante est une entreprise qui ne doit pas être contrôlée ou détenue par un membre de l'industrie des boissons alcoolisées à plus de 25% de son capital. Tandis que les brasseries intégrées appartiennent à des industriels.



Répartition des emplois en brasserie

France, 2022, en %

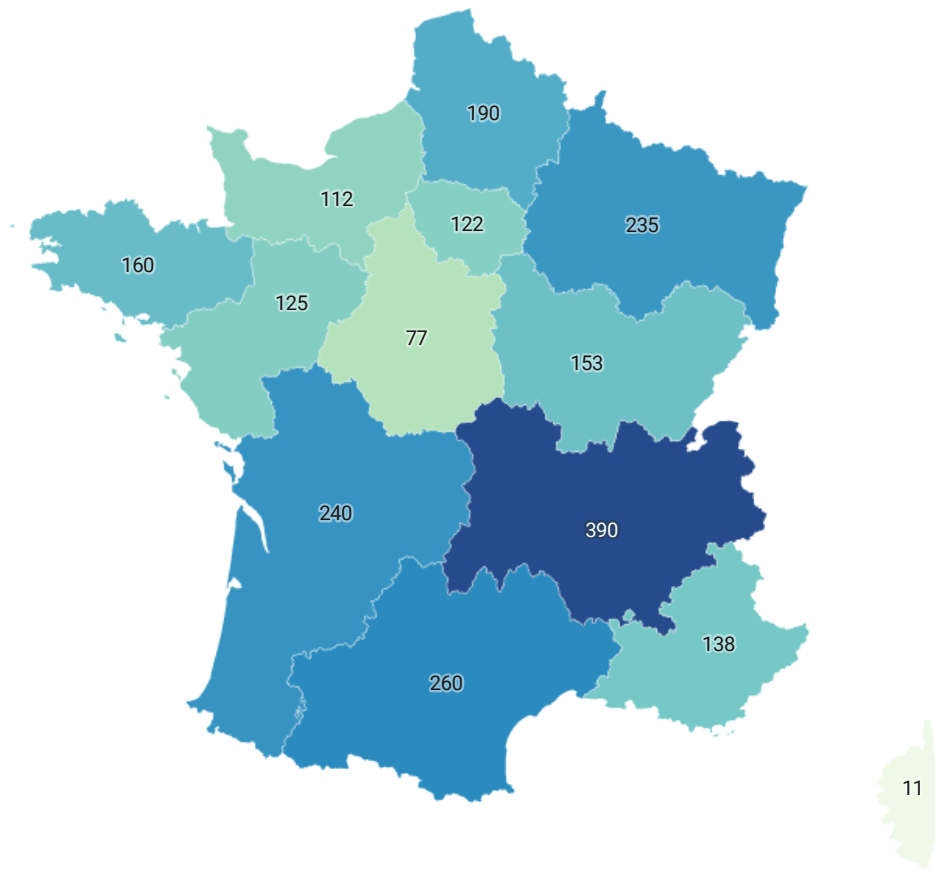
● Brasseries indépendantes ● Brasseries intégrées



Source : [SNBI - Le marché des brasseries indépendantes - septembre 2022](#)

Répartition géographique des brasseries indépendantes

France, 2022, en nombre



Source : [SNBI](#)

La répartition géographique des brasseries artisanales montre **une plus forte présence dans le sud** de la France, en particulier en Auvergne-Rhône-Alpes, puis en Occitanie et en Nouvelle-Aquitaine

4. Structure du marché

4.3 Matières premières : zooms sur les filières du malt et du houblon en France

Cette partie vise à étudier les filières du malt et du houblon, qui sont les matières principales dans la fabrication de bière.

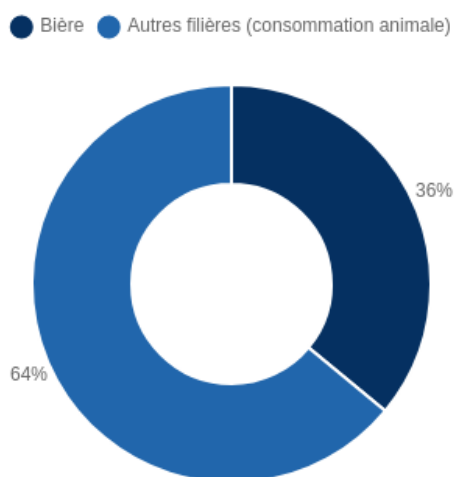
Filière du malt :

Le malt est un ingrédient majeur dans la fabrication de la bière. Il est principalement **dérivé de l'orge** même si parfois, il peut l'être d'autres céréales comme le blé, le seigle ou l'avoine. On obtient donc le plus souvent le malt à partir de grains d'orge qui ont d'abord été trempés dans de l'eau, germés puis séchés et grillés à différents degrés.



Part de la production d'orge consacrée à la filière de la bière

France, 2022, en %



Source : [Chambres-agriculture](#)

En France, **36%** de la production d'orge est utilisée dans le cadre de la fabrication des bières.

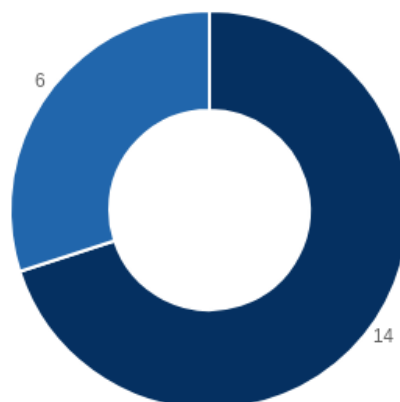
120 000 exploitations cultivent de l'orge en France. La majeure partie de la production d'orge, qui occupe la troisième place parmi les céréales cultivées en France, est centrée dans **le quart nord-est du pays**, couvrant une superficie de **1,9 million d'hectares**. La France se positionne en tant que premier producteur d'orge en Europe. [\[Intercéréales\]](#)



Répartition des malteries en France

France, 2022, en unité

● Malteries non artisanales ● Malteries artisanales



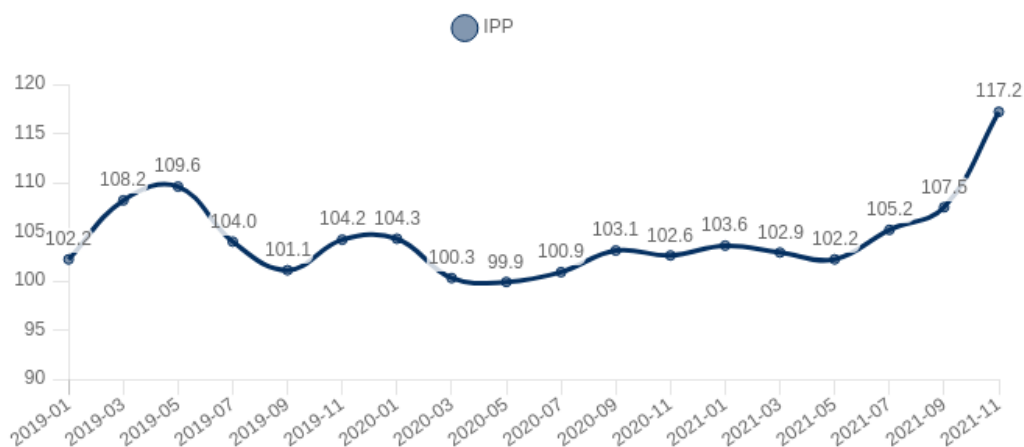
Source : [SNBI](#)

Il existe **20** malteries en France parmi lesquelles **42,8%** sont des malteries artisanales. De plus, **6 projets** de malteries artisanales sont en cours. Les malteries françaises ont produit **1,4** million de tonnes de malt en 2022 dont **80%** sont vendus à l'export.



Évolution de l'indice des prix à la production de malt

France, 2019-2021, base 100 en 2015



Source : [Insee - CPF 11.06 - Malt](#) - industrie française pour le marché français

On s'intéresse ci-dessus à l'indice de prix à la production de malt (de l'industrie française pour le marché français). On observe une forte croissance sur les premiers mois de 2019, rapidement tempérée par un retour à une relative stabilité jusqu'à fin 2020 ; puis une nouvelle forte augmentation des prix fin 2021.

Filière du houblon :

Le houblon est une plante grimpante de la famille des lianes qui est utilisée dans la fabrication des bières afin de donner l'amertume à la bière et dans le but de protéger la bière des bactéries et de la conserver plus longtemps grâce à son action antiseptique. En France, les deux tiers des surfaces de production de houblon se trouvent en Alsace. [FEVE] Au total, **540 hectares** de houblon sont produits en France, dont **10%** en BIO.

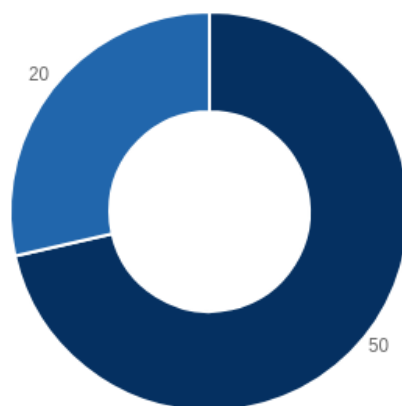
En 2021, **800 tonnes** de houblon ont été produites dans les houblonnières françaises. Les houblonnières sont les champs dans lesquels est cultivé le houblon. Près de **175** houblonniers s'occupent de la cultivation de ces terres.



Répartition des types de houblonnières

France, 2022, en unité

● Houblonnières en coopératives ● Houblonnières indépendantes



Source : [SNBI](#)

Sur les **70** houblonnières présentes en France, 50 sont gérées sous un **modèle de coopérative agricole**. Une coopérative agricole constitue une entreprise **établie et dirigée par des agriculteurs**, qui en sont à la fois les propriétaires et les fournisseurs. Ces agriculteurs fournissent à la coopérative des produits agricoles, qu'ils soient d'origine animale ou végétale. La coopérative se charge fréquemment de collecter et de transformer ces produits jusqu'à **leur conversion en biens de consommation**. De plus, la coopérative offre la possibilité aux agriculteurs **de rassembler leurs ressources** afin d'améliorer la production et la vente de leurs produits. Cela se concrétise par la mutualisation d'outils tels que ceux utilisés pour la production, le conditionnement, le stockage, ainsi que pour la transformation et la commercialisation des produits.

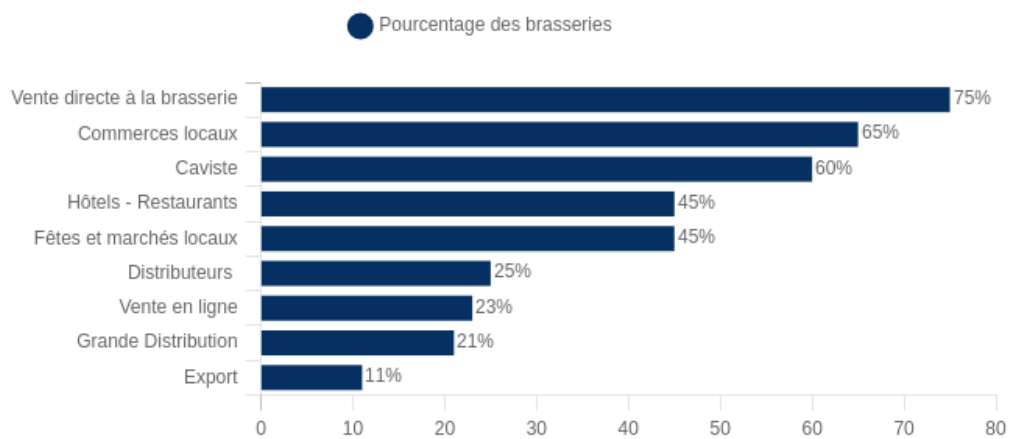
4. Structure du marché

4.4 Les canaux de distribution des bières artisanales



Les canaux de distribution des brasseries indépendantes

France, 2022, en %



Source : [SNBI - Le marché des brasseries indépendantes - septembre 2022](#)

Les principaux réseaux de distribution utilisés pour la vente de bières artisanales sont **la vente directe à la brasserie** avec 75%, **les commerces locaux** avec 65%, **les cavistes** avec 60%, les hôtels-restaurants avec 45%, les fêtes et marchés locaux avec 45%, les distributeurs avec 25%, la vente en ligne avec 23%, la grande distribution avec 21%, et enfin, l'export avec 11%.

Globalement, **la distribution de la bière artisanale est diversifiée**. À noter également que **la grande distribution ne constitue pas un canal de vente** important de bières artisanales, arrivant en avant-dernière position.

4. Structure du marché

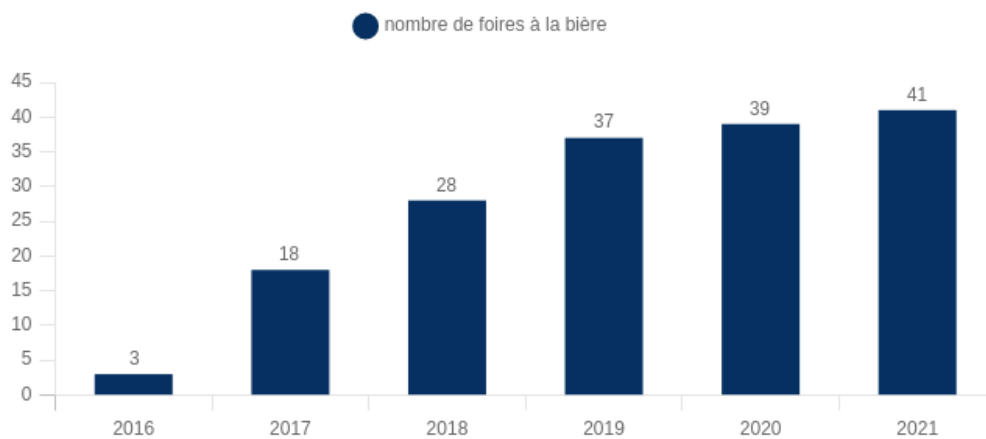
4.5 Le développement des foires à la bière

Bien que la grande distribution ne constitue pas un canal de distribution privilégié par les brasseurs artisanaux, on assiste à un développement des "foires à la bière" organisées par les acteurs de la grande distribution. Ces événements permettent de faire découvrir des bières locales aux consommateurs. "Toutes les enseignes ont bien compris que la bière était très importante", soulignait en 2022 dans Rayon Boissons Jean-Luc Butez, fondateur de la société d'importation et de distribution IBB. "C'est pourquoi on observe une démultiplication des opérations et une augmentation de la pression promotionnelle", comme le montrent les 2 graphes ci-dessous.



Nombre de foires (nationales, régionales et locales) à la bière

France, 2016-2021, en unité

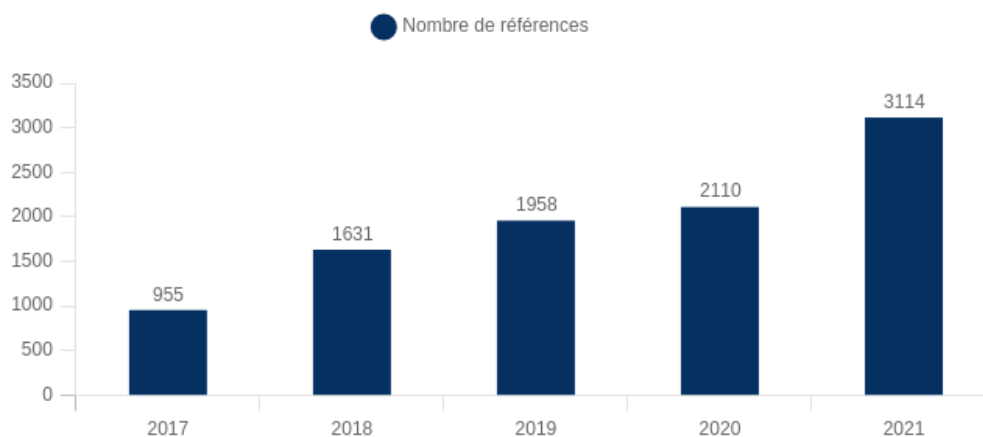


Source : A3 Distrib



Nombre de références proposées en foires à la bière

France, 2017-2021, en unité



Source : A3 Distrib

Le nombre de foires à la bière est passé de 3 en 2016 à 41 en 2021, soit une évolution de **1266%** en 5 ans, ces chiffres soulignent l'intérêt croissant des distributeurs et des consommateurs autour de ce rendez-vous. De plus, chaque année depuis 2017, le nombre de références proposées aux clients lors des foires à la bière est en augmentation avec **2159 références supplémentaires** en 2021 par rapport à 2017.

5. Règlementation

5.1 L'appellation « bière artisanale » et les règles d'étiquetage

Appellation bière artisanale :

Pour utiliser l'expression « bière artisanale » ou pour choisir comme raison sociale « brasserie artisanale » par exemple, il est nécessaire de remplir les critères suivants :

- **Être immatriculé au Répertoire des métiers** : l'activité de brasseur relève du secteur de l'artisanat. Cette activité nécessite donc que les entreprises qui l'exercent s'immatriculent au Répertoire des métiers lorsqu'elles n'emploient pas plus de 10 salariés ;
- **Répondre aux exigences de qualification professionnelle** : avoir un certificat d'aptitude professionnelle ou un brevet d'études professionnelles délivré par le ministre chargé de l'Éducation pour le métier de brasseur, ou un titre homologué ou enregistré lors de sa délivrance au répertoire national des certifications professionnelles institué par l'article L. 335-6 du Code de l'éducation d'un niveau au moins équivalent dans le métier exercé, ou une expérience professionnelle dans ce métier de trois ans au moins.

L'étiquetage des bouteilles :

La mise en bouteille et l'étiquetage des bouteilles de bières doivent également répondre à certaines règles, notamment en ce qui concerne la qualité de « bières artisanales ».

La DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes), peut contrôler de nombreux aspects de l'étiquetage des denrées alimentaires. Les bières ne font pas exception. En cas de non-respect des dispositions réglementaires, les services de contrôle de la DGCCRF peuvent enjoindre le professionnel à réaliser des modifications sur son étiquetage ou dans son local de production par exemple. Ils peuvent aussi signaler l'infraction au Procureur de la République.

L'étiquetage d'une bière doit comporter obligatoirement les mentions suivantes :

- Dénomination de la denrée (celle-ci est encadrée en France par le décret n°92-307) ;
- Allergènes (l'allergène le plus couramment présent dans les bières est le gluten, lié à la mise en œuvre de certaines céréales ou produits à base de ces céréales, par exemple orge, blé) ;
- Quantité nette de denrée alimentaire ;
- Date de durabilité minimale ;
- Conditions particulières de conservation et/ou d'utilisation (le cas échéant) ;
- Nom ou raison sociale et adresse de l'exploitant du secteur alimentaire ;
- Pays d'origine ou lieu de provenance (si son omission est susceptible d'induire en erreur les consommateurs sur le pays d'origine ou le lieu de provenance réel de la bière) ;
- Titre alcoométrique volumique acquis.

Il faut être vigilant quant aux termes utilisés sur les étiquettes. Par exemple, la mention du mot "artisanal" est très protégée en France et tout le monde ne peut pas l'utiliser. Bien que le brasseur soit un petit producteur, il ne pourra pas forcément utiliser le mot "artisanal". Pour ce faire, il devra respecter les différents critères cités précédemment.

Sources : economie.gouv.fr, [Avisé](#)

5. Règlementation

5.2 Devenir entrepositaire agréé

Lorsque la production et le stockage de bière dépassent **110 litres**, il est obligatoire de devenir **entrepositaire agréé**. Pour se faire, l'artisan devra faire les démarches auprès des **services des Douanes** en déposant un dossier d'agrément et d'identification qui devra comporter, entre autres, diverses pièces :

- le plan de situation et le plan détaillé du ou des locaux dont l'agrément est demandé ;
- l'autorisation d'établissement ou d'exploitation et le numéro d'identification de l'entreprise SIREN/SIRET;
- les statuts de la société ;
- les derniers bilans (trois derniers si possible). Les entreprises nouvellement créées et les opérateurs qui exercent leur activité exclusivement en droits acquittés sont dispensées de présenter les bilans et les quitus fiscaux ;
- l'acte désignant le responsable de l'entreprise si les statuts ne le précisent pas et un spécimen de sa signature ;
- les procurations émanant des dirigeants ayant compétence pour signer des actes engageant l'entreprise ;
- la présentation d'une caution solidaire. Préalablement à son activité, l'opérateur est tenu de mettre en place une garantie aux conditions du règlement du cautionnement CIA 200 (rubrique en savoir plus). Toutefois, une dispense de caution peut être accordée dans les limites et conditions fixées aux articles [111-O B](#) et [111-O C](#) de l'annexe III du CGI. Les opérateurs qui exercent leur activité exclusivement en droits acquittés sont dispensés de présenter une caution solidaire

Source : douane.gouv

5. Réglementation

5.3 Réglementation de la vente directe

La vente directe peut avoir différentes formes : **vente en ligne**, **vente à emporter** ou **vente sur place** (avec consommation). La réglementation est différente en fonction du type de forme de vente directe.

Pour la vente en ligne et la vente à emporter :

Pour pouvoir vendre de la bière artisanale en ligne ou à emporter, il faut que le fabricant demande une "**petite licence à emporter**". Cette licence permet aux professionnels de vendre de l'alcool de **3^e catégorie** tel que les boissons fermentées, non distillées, comme l'est la bière. Pour obtenir cette autorisation, il est nécessaire de se rendre à la mairie du lieu de l'établissement. Cette démarche, qui est **gratuite**, requiert la présentation d'une **pièce d'identité**, ainsi que la présentation des **projets de statuts** ou d'un **extrait K bis** datant de moins de trois mois si l'entreprise est déjà établie.

Pour la vente sur place :

Pour pouvoir vendre de la bière sur place, les artisans doivent obtenir **une licence II**. Il existe différentes conditions pour demander une licence II et plusieurs démarches à réaliser.

Conditions d'obtention :

- Être majeur ou mineur émancipé
- Ne pas être sous tutelle
- Ne pas avoir été condamné à certaines peines : les crimes de droit commun et de proxénétisme interdisent définitivement de posséder une licence. En revanche, pour les délits comme le vol, l'escroquerie, l'abus de confiance, l'interdiction de licence est supprimée au bout de 5 ans après la peine (sans récidive).

Démarches :

- Détenir un **permis d'exploitation**, délivré après une formation spécifique
- Effectuer une déclaration préalable d'ouverture
- Recevoir le récépissé de déclaration prouvant la détention d'une licence

Le permis d'exploitation :

Le permis d'exploitation est une attestation délivrée à un futur exploitant après avoir suivi une formation obligatoire dispensée par un organisme agréé. Cette formation, d'une durée d'environ **20 heures réparties sur 2,5 jours** en présentiel, couvre des aspects tels que la prévention de l'alcoolisme, la protection des mineurs, la répression de l'ivresse publique, la lutte contre le bruit, la législation des stupéfiants, ainsi que les principes de responsabilité civile et pénale.

Le permis d'exploitation, obligatoire pour exploiter un débit de boissons alcoolisées, est valide pendant **10 ans** et peut être renouvelé après une formation de 6 heures. Il est délivré sous forme d'un formulaire rempli par l'organisme de formation, à condition que le futur exploitant ait suivi intégralement la formation. La licence a une durée de validité indéterminée.

Vente sur place accompagnée de petite restauration :

Si le fabricant de bière décide de proposer une petite restauration pour accompagner la vente de ses bières, il devra s'assurer que lui ou au moins une personne qui participe à la préparation de la nourriture détient une **formation HACCP**.

L'obligation de mettre en place la méthode HACCP découle de la réglementation européenne sur l'hygiène alimentaire, également connue sous le nom de « Paquet hygiène ». L'acronyme HACCP provient de l'anglais **Hazard Analysis Critical Control Point**, représentant une méthode visant à prévenir et identifier les dangers liés aux pratiques d'hygiène alimentaire. La formation HACCP peut être dispensée par un organisme de formation ou directement par l'établissement lui-même. Il n'y a pas d'exigences spécifiques en termes de contenu ou de durée pour cette formation.

Sources : [CMA](#), [Entreprendre.service-public](#), [Entreprendre.service-public](#)

6. Positionnements innovants des acteurs : une diversité de créneaux de spécialisation se distinguent

6.1 Le bio s'installe comme une tendance durable

Un segment en forte progression

Si le marché français de l'alimentation bio a perdu 600 millions d'euros à 1,2 milliard d'euros en 2022, selon l'Agence Bio, c'est principalement en raison de l'inflation qui a fortement impacté le pouvoir d'achat des consommateurs. Jusqu'à l'année 2020, le marché de l'alimentation biologique n'a cessé de se développer. **Le secteur bio français a doublé depuis 2015**, indique l'Agence Bio. Le pays figure parmi les premiers producteurs et marchés européens.

La tendance bio s'est installée au sein d'une variété de secteurs, y compris dans celui de la bière artisanale. S'il demeure encore confidentiel, **le segment connaît toutefois une dynamique manifeste avec une croissance rapide de ses ventes**: + 37 % en 2019 et + 33 % en 2020 (et même + 39% en magasins bio), d'après Iri et l'Agence bio. Il atteignait ainsi environ 63 millions d'euros en 2020, contre près de 47 millions l'année précédente. Sur l'année 2022, l'Agence Bio relève cependant une rupture importante de la croissance : +0,4% pour la catégorie comprenant les cidres, les bières et autres boissons alcoolisées bio. Malgré ce faible score, **elle compte parmi les deux seules catégories à s'afficher en croissance cette année-là**, avec celle des vins tranquilles et autres.

La bière bio, à l'origine apanage des brasseries artisanales

Dans le domaine de la production de bières, les créations issues de l'agriculture biologique ont d'abord été le fruit du travail des brasseries artisanales. Certaines d'entre elles, comme la Brasserie du Vézelay, se sont même spécialisées dès leur création dans la bière bio.

À partir de 2017, de nombreuses enseignes de la grande distribution se sont lancées sur le marché **en recourant notamment aux brasseries artisanales pour la production de leurs propres marques (MDD)**:

- Leclerc avec la Brasserie Goudale ;
- Leader Price avec la Brasserie du Vézelay ;
- Carrefour avec la Brasserie Castelain ; etc.

Les industriels de la bière ont depuis choisi eux aussi de se positionner sur le segment. En 2020, **le bio a représenté 17% des lancements de produits dans la bière**. La même année, le groupe belge AB InBev a décliné en version bio cinq catégories de la bière GINETTE, tandis que Kronenbourg a lancé un équivalent bio et non filtré de sa 1664. Celle-ci est produite par la Brasserie du Castellet, fondée en 2017, à partir de malt et de houblon français notamment grâce à un partenariat avec la coopérative alsacienne Le Comptoir agricole.

De nombreuses brasseries indépendantes se sont lancées dans la production de bières bio: **30% d'entre elles en 2022** selon le Syndicat national des brasseries indépendantes (SNBI) qui représente un peu plus de 30% des brasseries indépendantes. Elles ne sont toutefois pas forcément spécialisées dans cette production, certaines brasseries ne disposant que de quelques références labellisées bio.

Le marché des brasseries indépendantes et le poids du bio

(Les chiffres du SNBI, en septembre 2022)



2 400 brasseries indépendantes en France et en Outre mer

9 %

Part de marché des brasseries indépendantes



Plus de **780 adhérents** au SNBI



680 millions d'euros chiffre d'affaires des brasseries indépendantes



1 800 000 hL volume de production des brasseries indépendantes



Traitement IndexPresse. Source : Syndicat national des brasseries indépendantes (SNBI)



LES BRASSEURS SAVOYARDS

Cette brasserie s'est spécialisée dès création dans les bières biologiques. Son offre comporte de nombreuses références: blondes, brunes, ambrées, IPA, triples... Ces dernières se répartissent en trois gammes, à savoir BS, Nonnes et Brasseurs Savoyards. La brasserie a connu une importante croissance de 60% entre 2016 et 2020. Toutefois, les confinements liés à la pandémie de Covid-19, en particulier la fermeture des remontées mécaniques des stations de ski, ont fortement pénalisé ses ventes dans le réseau CHR et dans les boutiques de produits régionaux. "Les cafés, hôtels et restaurants représentent en général 35% de notre chiffre d'affaires. En 2020, ça n'a été que 25%", soulignait début 2021 Antoine Onorati, cofondateur des Brasseurs Savoyards, interrogé par France Bleu.

Chiffres clés

- Création en 2014
- 5,3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021 (+ 5 % par rapport à 2020)
- Croissance de 60 % entre 2016 et 2020

Axes stratégiques

- La société a opéré une diversification avec le lancement de soft drinks (sodas), en particulier des limonades et des thés glacés (yaute).
- Les Brasseurs Savoyards commercialisent également depuis 2021 une gamme de hard seltzers, des eaux gazeuses alcoolisées venues des États-Unis. "Le marché nous fait croire qu'il y aura de nouvelles tendances de consommation qui iront vers ce produit", précisait à France Bleu Antoine Onorati, au sujet du potentiel des hard seltzers.



BRASSERIE DU VÉZELAY

Elle aussi spécialiste du bio, la brasserie commercialise divers types de bières : au-delà des catégories classiques, elle dispose de plusieurs IPA et d'une French Pale Ale ainsi que d'une blonde sans gluten. Ses ventes s'effectuent majoritairement en grande distribution, les cafés, hôtels et restaurant ne comptant que pour 10% des volumes vendus. La société s'approvisionne principalement auprès de la coopérative Cocebi pour le malt et du Comptoir agricole pour le houblon. Les matières premières utilisées ne sont toutefois pas toujours françaises : la brasserie a recours à des houblons américains et polonais.

Chiffres clés

- Création en 2012
- 3,4 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020 (+ 25 % par rapport à 2019)
- 2 millions de bouteilles écoulées en 2022, contre 40 000 en 2012

Axes stratégiques

- Outre l'intérêt du projet et la différenciation qu'il apporte sur le marché, le choix du bio confère également des bénéfices logistiques : "L'avantage d'avoir une brasserie 100 % bio est de ne pas devoir nettoyer nos installations pour repasser au conventionnel", expliquait ainsi en 2021 à L'Usine nouvelle le dirigeant de Fabulous French Brasseurs, Marc-Olivier Bernard.
- Ce collectif fondé en 2019 regroupait à l'origine les brasseries de Bretagne et du Vézelay. Elles ont été rejointes par la Brasserie artisanale du Sud en 2019 et la Brasserie du Dauphiné en 2021. L'organisation vise à rassembler des brasseries artisanales afin de créer des synergies entre elles, en particulier grâce à la mutualisation des forces de vente et de l'approvisionnement.



D'AUTRES BRASSERIES POSITIONNÉES DANS LES BIÈRES BIOLOGIQUES ARTISANALES

- **Brasserie de Bretagne (bière Ar-Men)** - création en 1998
- **Brasserie du Léma** - création en 2009
- **Bière Ribella** - création en 2009
- **Bières bio Mont-d'Or** - création en 2010
- **Brasserie du Lubéron** - création en 2011
- **Brasserie Gessienne** - création en 2012
- **L'Azurienne** - création en 2014
- **Acqua Maltae** - création en 2015

6. Positionnements innovants des acteurs : une diversité de créneaux de spécialisation se distinguent

6.2 Le sans alcool, un créneau tiré historiquement par la bière

La bière sans alcool, un marché ancien mais un succès récent

La bière a été l'une des premières boissons alcoolisées à proposer des équivalents sans alcool. Les vins et spiritueux sans alcool ne sont arrivés que plus récemment sur le marché, **à la faveur de la tendance du "no-low"** (pas ou peu d'alcool). Celle-ci est décrite par Philippe Collinet, de chez Kronenbourg, comme "une aspiration pour des produits moins alcoolisés ou sans alcool. En partie due à la féminisation des consommateurs de bière." Cet attrait renouvelé pour des boissons sans alcool ou faiblement alcoolisées est également renforcé par **la plus grande attention accordée aux effets de l'alimentation sur la santé**, un phénomène déjà observé sur le segment des bières bio. Plusieurs bières sans alcool ont été lancées depuis les années 1980, mais l'accélération du marché s'est opérée avec **le lancement de la première Tourtel Twist par Kronenbourg en 2015**. Cette gamme de bières sans alcool aromatisées aux fruits s'est enrichie d'une nouvelle référence chaque année et a largement popularisé le segment, avec **5,7 millions de foyers consommateurs fin 2022**.

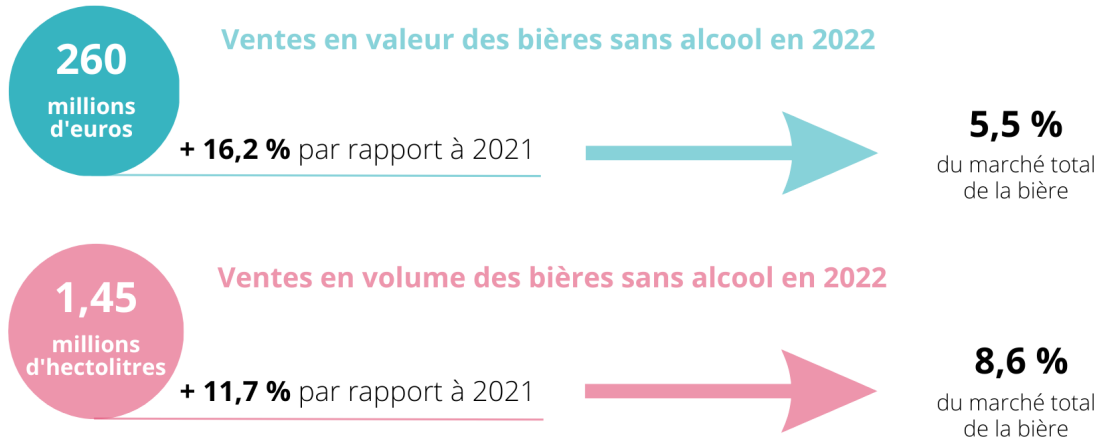
La forte croissance du segment des depuis plusieurs années s'est confirmée en 2022, avec **une hausse de 16,2% du chiffre d'affaires** généré par ces dernières. Elles ont par ailleurs renforcé leur place sur le marché global des bières, atteignant 5,5% du total en valeur. Il est toutefois trop tôt pour considérer si cette tendance va s'inscrire dans la durée. Mais la forte augmentation du chiffre d'affaires, supérieure à celle des volumes, indique **une premiumisation du segment du sans alcool**, a priori favorable aux brasseries artisanales et qui peut recouvrir plusieurs phénomènes :

- une augmentation des prix des bières sans alcool ;
- une modification de l'offre, avec davantage de lancements de bières haut de gamme ;
- un choix des consommateurs plus porté vers les bières les plus onéreuses du segment.

Une multitude de bières sans alcool ont été développées par les brasseries artisanales françaises. Le grand nombre d'intervenants, la variété des segments (types de bières) et la volonté des acteurs d'élargir leurs gammes de bières, ou encore **le fort renouvellement de l'offre avec des éditions limitées** : tous ces facteurs contribuent à enrichir l'offre de bières artisanales sans alcool.

Le sans alcool, un segment en pleine croissance sur le marché de la bière

(données 2022 tous circuits GMS)



Traitement IndexPresse. Source : Circana

Les brasseries artisanales tentent une percée sur un segment trusté par les grands groupes

Le segment de la bière sans alcool est dominé en France par Kronenbourg, en particulier grâce à sa gamme Tourtel Twist. **Il dispose d'une large majorité des parts de marché à lui seul.** Plus d'un tiers du segment est détenu par Heineken et les marques de distributeur (MDD). Le leader mondial de la bière AB InBev se montre peu présent sur le segment du sans alcool dans l'Hexagone.

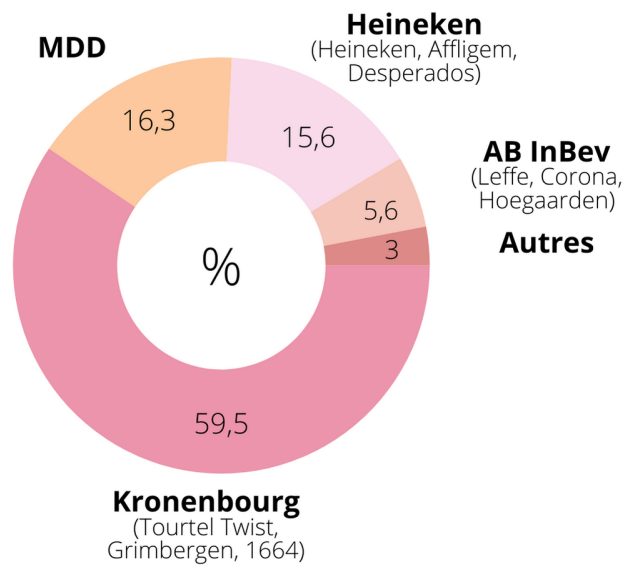
Le dynamisme du segment attire les petits acteurs indépendants du secteur, se positionnant en général dans le faiblement alcoolisé (autour de 0,4%) plutôt que dans le 0% d'alcool. Il s'agit en général **de proposer quelques références dans le domaine, à côté des bières alcoolisées,** plutôt que de spécialiser dans le sans alcool. Elles innovent par ailleurs dans les techniques de production afin de proposer du sans alcool artisanal et ne nécessitant pas les lourds investissements consentis par les industriels.

"On a pris le temps nécessaire pour créer des recettes garantissant à nos bières un passage au sans alcool réussi. On choisit des levures imitant le titrage et un process d'évaporation sous-vide pour une désalcoolisation à basse température respectueuse de nos brassins."

Marc-Olivier Bernard, président de Fabulous French Brasseurs

Les industriels dominent le segment du sans alcool

Parts de marché en volume dans les bières sans alcool, hors panachés, sur un an, au 5 décembre 2022 (tous circuits GMS)



Traitement IndexPresse. Source : Iri



EDMOND BIÈRES

La brasserie Edmond a été fondée en 2017 et s'est spécialisée dans le sans alcool. Elle cherche à s'adresser à un public large, en changeant l'image de la bière sans alcool. "On veut déringardiser les boissons sans alcool, en montrant que, même si on ne boit pas, on peut quand même sortir", mettent en avant les fondateurs. Edmond a mis au point une variété de bières (IPA, ambrées, blanches...).

Chiffres clés

- Création en 2017
- 8 000 euros levés en 2020 via une plateforme de crowdfunding.

Axes stratégiques

- La société a en outre développé la MamaBeer afin de cibler les femmes enceintes. Cette référence a été créée avec l'aide d'un herboriste, des plantes biologiques ayant été ajoutées pour leurs vertus tonifiantes.
- Les bières sont commercialisées par le biais des cavistes, de la grande distribution, des cafés et restaurants ainsi que sur le site Internet de la brasserie. Celle-ci a par ailleurs levé 8000 euros en 2020 sur la plateforme de financement participatif Miimosa.



DE NOMBREUSES RÉFÉRENCES DE BIÈRES ARTISANALES SANS ALCOOL

- **À La Cool** - Brasserie de Sutter
- **Bière de travail 0,3°** - Brasserie Gallia
- **Black by Licorne 0 %** - Brasserie Licorne
- **Coeur Léger** - Brasseurs cueilleurs
- **Cristal IPA 0,0** - Brasserie du Mont-Blanc
- **Gamme Incroyable** - Frogbeer
- **Jade 0,0 %** - Brasserie Castelain
- **La Poutrel** - La Grenouillette
- **Météor sans alcool** - Brasserie Météor
- **Saint-Omer 0,0** - Brasserie Goudale
- **Senza Sans Alcool** - Brasserie Minot
- **The One** - Bières Grand Morin

6. Positionnements innovants des acteurs : une diversité de créneaux de spécialisation se distinguent

6.3 Les IPA, vitrines du savoir-faire des brasseries artisanales

Des IPA de plus en plus spécialisées

Les IPA, Indian Pale Ale, se distinguent par leur forte teneur en houblon. Imaginées au XVIII^e siècle par les Anglais afin de conserver la bière lors de leurs expéditions en Inde, ces recettes ont été remises au goût du jour par les microbrasseries américaines dans les années 1990. Elles ont profité des différentes variétés de houblon cultivées dans leur pays pour expérimenter de nouveaux mélanges et saveurs, et ainsi **renouveler les arômes de la bière traditionnelle**.

Depuis, les IPA se sont répandues et apparaissent comme **un segment à fort potentiel sur le marché de la bière**. Aux États-Unis, elles représentaient 44,7% des ventes en volume des bières artisanales en 2021, selon Christelle Salvado, chef de groupe de la marque Lagunitas, propriété de Heineken. **En France, la marge de progression reste importante** puisque le taux de pénétration n'était que de 7 % en 2021, alors que 34% des ménages n'avaient encore jamais testé ces IPA. "Cela augure d'un très fort potentiel d'évolution", indiquait Christelle Salvado.

Pour les brasseurs artisanaux, l'IPA représente un moyen efficace pour se démarquer, en proposant une boisson au goût unique, et **affirmer son image de spécialiste**. "C'est vraiment l'identité du brasseur. Une IPA, bière très houblonnée, va être différente selon le brasseur", confirme Magali Filhuc, directrice du Syndicat des brasseurs de France. La Brasserie Lilloise a ainsi cédé à la mode des IPA en imaginant une bière spécifique correspondant au reste de sa gamme. "Au début, je ne souhaitais pas créer une IPA car je trouvais que ces recettes manquaient de corps. Finalement, nous avons imaginé une version typée belge, à notre image, la Strong IPA Phinaert", explique Olivier de Brueker, fondateur de la société.

Une dynamique attractive

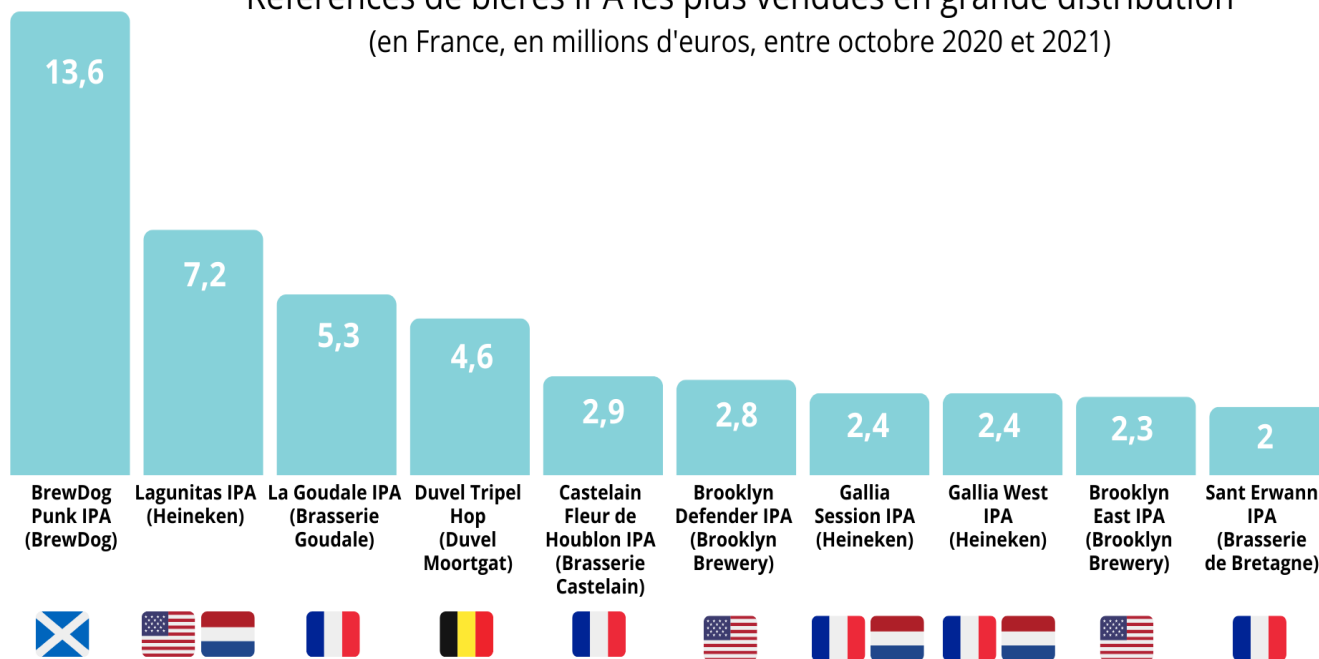
D'après *Rayon Boissons*, **le nombre de nouvelles références IPA a augmenté de 30,3% en France durant l'année 2021**. Cette dynamique se ressent chez les brasseurs artisanaux mais également du côté des industriels, ces derniers souhaitant profiter de cette tendance porteuse. Parmi les dix références les plus vendues dans l'Hexagone en 2021, Heineken place ainsi trois de ses bières, fruit de sa stratégie d'acquisition de brasseries artisanales (l'américaine Lagunitas en 2017, la française Gallia en 2021). Kronenbourg a lancé cette même année sa première IPA, nommée French Style IPA, dans le cadre de sa nouvelle gamme 1664 Créations, visant à diversifier son offre pour mieux répondre aux attentes actuelles des consommateurs.

Industriels ou artisanaux, les brasseurs développent leurs IPA **en raison de la rentabilité du segment**: "En plus d'être ultra-dynamiques, [ce] sont les références qui rapportent le plus d'euros par litre vendu. En somme, ce sont elles qui valorisent le plus la cave à bières", indiquait en mars 2022 Betty Lacazedieu, responsable marketing chez Duvel Moortgat France.

De nouveaux termes plus spécialisés sont apparus afin de mieux identifier chaque sous-segment: brut IPA (plus sèche), double ou triple IPA (plus amère et alcoolisée), session et micro IPA (plus rafraîchissante et moins alcoolisée), NEIPA (moins amère et plus sucrée), WCIPA (plus amère et corsée) etc. Ninkasi, chaîne de restaurants et brasserie artisanale de la région lyonnaise, propose chaque année de nouvelles versions centrées sur une catégorie : session IPA en 2021, micro IPA en 2022.

Sur un marché prisé par un nombre croissant de brasseries, cette spécialisation sur des références précises constitue **l'opportunité de se différencier, tout en valorisant ses produits et son savoir-faire**. Les brasseries artisanales en profitent également pour élargir leur public : les IPA les plus amères et les références plus douces ne s'adressent pas aux mêmes clients. Certaines vont jusqu'à se focaliser uniquement sur les IPA, en mettant au point une large gamme sur ce segment.

Références de bières IPA les plus vendues en grande distribution (en France, en millions d'euros, entre octobre 2020 et 2021)



Traitement IndexPresse. Source : Iri selon fabricants



LA SUPERBE

Créée en 2016 à Biarritz, La Superbe s'est spécialisée dans les IPA et dérivés : double IPA (DIPA), New England India Pale Ale (NEIPA), etc. Elle commercialise une gamme de quatre bières permanentes et propose de nouvelles références éphémères chaque année.

Chiffres clés

- Création en 2016
- 7000 000 euros de chiffre d'affaires en 2021
- Production annuelle de 500 000 litres

Axes stratégiques

- Forte de son succès, elle a créé à Anglet une seconde brasserie en 2018. Plus grande et plus moderne, elle lui a permis de "pousser plus loin les expérimentations et de lancer en parallèle de la gamme permanente les toutes premières canettes à l'été 2019 dont les recettes éphémères seront résolument orientées vers le houblon", indique la brasserie sur son site Internet.

"Notre ambition est de placer les ingrédients au cœur de notre processus de création et de laisser ainsi leurs caractéristiques s'exprimer simplement et harmonieusement. Les malts et les houblons utilisés sont sélectionnés parmi les meilleures variétés à travers le monde, selon leurs profils aromatiques et gustatifs pour créer des jus houblonnés d'exception. Aucun additif, colorant, conservateur et extrait n'intervient lors de notre processus de production."

La brasserie, via son site Internet



BOUM'R

"Le houblon est à la bière ce que les épices sont à la cuisine", assure Boum'R, brasserie alsacienne née en 2016 et spécialisée dans les IPA. Elle a été fondée par quatre amis, qui ont d'abord pratiqué le brassage en amateur pendant plus de quatre ans avant de lancer leur entreprise. À l'exception d'une blonde, les dix autres bières produites par Boum'R s'inscrivent dans le filon des IPA. "C'est fou tout ce qu'on peut sortir comme goûts différents avec les IPA. On ne réfléchit plus en termes de couleurs - blonde, blanche ou ambrée - car on peut faire tout ce qu'on veut", explique Maximilian Warda, cofondateur et dirigeant de la société. Celle-ci a été primée à ses débuts au Concours international de Lyon – récompensant les vins, bières et spiritueux –, où son Exotic IPA, conçue à partir du houblon Citra au goût citronné, a reçu une médaille d'argent.

Chiffres clés

- Création en 2016
- Production annuelle de 20 000 litres

Axes stratégiques

- Début 2020, Boum'R a investi dans de nouveaux brassins de 1 200 litres, soit six fois plus volumineux qu'auparavant, pour accélérer sa production. "En France, il faut sortir au moins 20 000 litres de bière par an pour se dégager un salaire", estime Maximilian Warda.
- Les boissons Boum'R sont en vente sur plusieurs sites spécialisés ainsi que dans quelques grandes surfaces de sa région d'origine.



DE NOMBREUSES RÉFÉRENCES DE BIÈRES ARTISANALES IPA

- **Alma (session IPA)** - La Débauche
- **Bouledogue IPA** - La Bouledogue
- **Dalva (double IPA)** - Brasserie Thiriez
- **Don't worry, be IPA (IPA)** - La P'tite Maiz
- **Gold Coast (double NEIPA)** - The Piggy Brewing Company
- **IBU Profane IPA (IPA)** - Brasserie Elixir
- **IPA Citra Galactique (IPA)** - Brasserie du Grand Paris
- **La Rioule (IPA)** - Brasserie du Giffre
- **Njord (kveik IPA)** - Brasserie AERoFAB
- **Rêve d'étoile (black IPA)** - Brasserie Bendorf

6. Positionnements innovants des acteurs : une diversité de créneaux de spécialisation se distinguent

6.4 Les bières fortes attirent toujours leur public

Une offre réduite mais récurrente chez les brasseries artisanales

“On note une ambivalence entre deux tendances, celle des bières fortes et celle des bières sans alcool”, souligne Sandrine Teixeira, responsable marketing et communication pour la Brasserie Licorne. Le succès des secondes n'empêche pas les premières de séduire un autre public, **plus confidentiel et prêt à payer davantage pour goûter à des bières plus puissantes.**

Les bières dites fortes s'avèrent en effet plus riches en alcool, titrant à un plus haut degré. “À la lecture des différents styles, la barrière symbolique entre les bières standards et fortes va se situer aux alentours de 7% d'alcool, parfois 7,5%”, explique le site spécialisé Beerwulf. Cette proportion supérieure est atteinte en utilisant plus de céréales lors de la fabrication. **Les termes de bière double, triple voire quadruple s'emploient pour désigner ces boissons.**

À défaut de se spécialiser uniquement dans les bières fortes, **de nombreuses brasseries artisanales françaises possèdent au moins une référence de ce type dans leur catalogue.** Ce produit leur permet de ne pas se priver du public amateur de ces boissons, mais également de se distinguer un peu plus des brasseurs industriels, moins présents sur ce segment. Les lancements de références fortes s'avèrent ainsi courants, à l'image de la triple Jenlain de la Brasserie Duyck (8,5%) ou de la Warou de la Brasserie Saint-Germain (9 %) en 2021. Une bière blonde forte répondant à une demande accrue de la part des cavistes, notait *Agra Alimentation* à l'occasion de la présentation de cette dernière.

Les bières d'abbaye dominées par les brasseries belges

Les bières doubles et triples ont vu le jour dans les abbayes, les moines brassant des bières plus fortes lorsqu'ils recevaient des visiteurs de marque, rappelle *LSA*. Segment historique du marché des bières fortes, la bière d'abbaye a toutefois perdu de sa valeur originelle en France. L'appellation est devenue un outil marketing et il n'existe plus qu'une seule bière véritablement brassée par des moines, à l'abbaye de Saint-Wandrille (Seine-Maritime).

La réglementation est plus stricte en Belgique, où le label “bière belge d'abbaye reconnue” certifie le lien entre une bière et la communauté monastique. **Une vingtaine de marques possèdent cette certification,** dont Leffe, Grimbergen ou Affligem, désormais détenues par des industriels. Westmalle (abbaye Westmalle) ou Westvleteren (abbaye Saint-Sixte), d'autres marques officiellement reconnues, souhaitent au contraire conserver leur aspect artisanal. “Quand les brasseurs commerciaux ont commencé à surfer sur la tendance des doubles et des triples, nous avons délibérément refusé de céder à la pression et d'augmenter la production. Les mauvaises langues affirment que nous créons délibérément de la pénurie, mais c'est faux. C'est une abbaye avec une brasserie, pas l'inverse”, justifie Philippe Van Assche, directeur général de la Brasserie Westmalle.

Ces deux approches cohabitent et **font rayonner les bières d'abbaye belges à l'étranger.** En 2021, *Agra Alimentation* soulignait que la catégorie française des bières fortes était “jusqu'alors majoritairement occupée par les brasseries belges”, grâce notamment à ces bières d'abbaye.



Depuis 2016, l'abbaye de Saint-Wandrille (Seine-Maritime) est l'unique productrice française d'une authentique bière d'abbaye. "Nous avons historiquement deux activités à l'abbaye, l'archivage par numérisation et la production de cire d'abeille. Des activités en perte de vitesse. Nous avons cherché de nouvelles pistes. L'un des frères a évoqué le succès des microbrasseries. Alors pourquoi pas nous", explique Frédéric Peruta, frère bénédictin et gérant de la boutique.

Chiffres clés

- Création en 2016
- Production annuelle de 700 000 litres

Axes stratégiques

- Trois membres de la communauté ont été formés au brassage et un biérologue a été consulté pour concevoir les recettes. L'abbaye produit désormais quatre recettes, dont les noms sont tirés de manuscrits conservés dans les archives, à hauteur d'environ 700 hectolitres par an. Une partie du houblon utilisé est cultivée directement dans les jardins locaux.
- Saint-Wandrille peut également réaliser des collaborations, comme avec la Brasserie du Pays Flamand dans le cadre de l'élaboration d'une bière de Noël en 2021.
- L'abbaye vend directement ses bières via son site web. Ses boissons sont également distribuées sur plusieurs sites spécialisés, dont Divine Box, centré sur les produits monastiques.



DE NOMBREUSES RÉFÉRENCES DE BIÈRES FORTES ARTISANALES

- **Angry Pig (7,8 %)** - Brasserie d'Orville
- **Ardwen Hop's Cure (8 %)** - Brasserie Ardwen
- **Black Queen (9 %)** - Brasserie du Sulauze
- **Feuillette (11 %)** - Les Brasseurs de la Jonte
- **Harakiri (8 %)** - Brasserie Sainte Cru
- **La Trop brassin d'hiver (7 %)** - Brasserie Carteron
- **Mongy Triple (8 %)** - Brasserie Cambier
- **Russian Imperial Stout (14 %)** - Etxeko Bob's Beer
- **Sabètz que lèu (7 %)** - Brasserie d'Olt

6. Positionnements innovants des acteurs : une diversité de créneaux de spécialisation se distinguent

6.5 Le développement des références fruitées

Des consommateurs séduits par les bières aux fruits

Les bières aromatisées, et la sous-catégorie majeure que constituent les bières aux fruits, connaissent un grand succès auprès des Français. La Desperados (bière aromatisée à la tequila), produite par Heineken, s'est ainsi glissée trois fois dans le top dix des bières vendues en 2022 de par les différents formats plébiscités. Elle a généré 10,6 millions d'euros supplémentaires en un an. La Tourtel Twist, dont l'intégralité de la gamme sans alcool est aromatisée aux fruits, a vu ses ventes augmenter de 7,9 millions d'euros en 2022, et domine largement le segment des bières sans alcool. C'est en particulier grâce à elle que **les bières aromatisées représentent 64 % des ventes sur le segment du sans alcool**. "C'est une tendance forte ces trois dernières années", confirmait à l'été 2022 Samuel Giguère de la brasserie canadienne Pie Braque.

Outre la diversité des saveurs, les consommateurs sont de plus en plus attirés par les bières fruitées, celles-ci revêtant un caractère plus naturel que les bières affichant un autre type d'arôme. Le choix des ingrédients, l'approvisionnement local et le "sans sucres ajoutés" incarnent des arguments commerciaux intéressants. Les industriels du secteur ont poursuivi dans cette voie de l'aromatisé en 2022 avec notamment les lancements de Tourtel Twist fruits rouges et nectarine-citron vert ainsi que la Corona Sunset (spiritueux mexicain, citron vert, sucre de canne). **Les brasseries artisanales ont également mis au point des références dans le domaine** : la Météor micro IPA au jus d'ananas ou la Licorne Slash Manguo (aromatisée au jus de mangue), par exemple.

Le principal défi de ces bières aromatisées consiste à **séduire de plus en plus d'adeptes auprès de la clientèle masculine**, alors que ce type de bières continue d'être perçu comme destiné à un public féminin. "La connotation des recettes fruitées en tant que 'bière de femmes', car soi-disant sucrées, m'a toujours agacé", confiait en 2022 dans Rayon Boissons le fondateur de la brasserie La Goutte d'Or, Antoine Gautier. Ce dernier souligne son attachement à concocter des recettes naturelles : "On utilise de la purée ou des fruits frais tels que des abricots, des pommes ou des raisins et on laisse agir les levures indigènes. Cela apporte des arômes subtils, équilibrés, et, surtout, il n'y a aucun ajout de sucre dans nos bières".

Cette approche a été facilitée par la décision stratégique de l'entreprise Fruitnov, spécialiste des préparations fruitées pour l'agroalimentaire, de se tourner vers ce marché en croissance. Au-delà du coût supérieur de la création de bières aux fruits frais, la difficulté technique peut également s'avérer importante. Philippe Gerfault, commercial chez Fruitnov, expliquait dans *Rayon Boissons* : "Beaucoup de brasseurs hésitent entre arômes, fruits et jus. Nous leur proposons des purées 100 % naturelles, sans sucres ajoutés, qui se prêtent parfaitement à leurs recettes.

Les brasseries artisanales innovent par ailleurs dans leurs recettes **avec des ingrédients naturels autres que les fruits**. Le miel, les plantes et herbes ou encore les épices sont incorporés à certaines bières. Le potiron est également utilisé pour sa saveur différente, plus proche des légumes, et pour son rattachement à l'imaginaire de la fête d'Halloween.

"Nous utilisons uniquement de vrais fruits. Cela est positif pour la filière agricole qui les cultive, mais c'est également un argument marketing intéressant. D'autant que l'on s'approvisionne de plus en plus avec des variétés locales."

Samuel Giguère, représentant de la brasserie Pie Braque

La bière au vin, une recette pour se différencier

Certaines brasseries artisanales ont opté pour des bières fruitées particulières : **elles sont mélangées à du moût de raisin**, la fermentation opérant ensuite grâce aux levures présentes sur les céréales ou sur le raisin. C'est notamment le cas de la brasserie Gallia, qui cherchait à créer une bière typiquement française, comme l'indiquait en 2021 le maître-brasseur Rémy Maurin : "Nous avons réfléchi autour du terroir et de nos traditions. Nous avons directement pensé au vin et au pain, l'alliance des raisins et des céréales." L'artisan soulignait en outre la volonté de se démarquer de la concurrence, le caractère local et traditionnel du produit se montrant intéressant d'un point de vue marketing : "L'idée était de s'inspirer des techniques de vinification pour créer **un produit différent de ce qui se fait aujourd'hui sur le marché de la bière**." La brasserie n'utilise que des ingrédients biologiques et a conçu un produit entre vin et bière, à la saveur acide selon *Rayon Boissons*. Ce mélange se révèle ancien, mais connaît un regain d'intérêt avec le développement tant des bières artisanales que des bières fruitées. Alors qu'elle ouvre un second site de production grâce au soutien de son actionnaire Heineken, la brasserie Gallia a décidé de focaliser sa première unité brassicole sur ce type de production mêlant bière et vin. "D'ici cinq ans, beaucoup de brasseurs vont travailler comme ça", estimait en 2021 le cofondateur de la brasserie Gallia, Jacques Ferté.

D'autres brasseries artisanales françaises ont adopté un positionnement similaire, à l'image de L'Effet Papillon, située près de Bordeaux. "Au vu de notre situation géographique, il nous semblait évident de faire le pont entre l'univers de la bière et celui du vin", expliquait le cofondateur, Jocelyn Chazel. La brasserie s'est également déployée dans les bières aux fruits et travaille avec la société Fruitnov pour son approvisionnement.



D'AUTRES BRASSERIES POSITIONNÉES DANS LES BIÈRES ARTISANALES FRUITÉES OU AUX PLANTES

- **Brasserie Lancelot** - création en 1990
- **Brasserie d'Olt** - création en 1998
- **Brasserie du Mont Salève** - création en 2010
- **Brasserie La Goutte d'Or** - création en 2012
- **Brasserie Maddam** - création en 2016
- **Brasserie Nautille** - création en 2017
- **Brasserie Ammonite** - création en 2018
- **Brasserie du Vieux Singe** - création en 2018
- **La Bicipéhale** - création en 2019
- **B7&1More** - création en 2020

6. Positionnements innovants des acteurs : une diversité de créneaux de spécialisation se distinguent

6.6 Le sans gluten, un petit segment opportun pour les brasseurs artisanaux

Un positionnement à potentiel

Les bières sans gluten ont d'abord essaimé en Amérique du Nord **avant de gagner la France au milieu des années 2010**. Près d'un quart de la population tricolore serait directement ou indirectement concerné par ce régime alimentaire.

Il existe deux manières de fabriquer de la bière sans gluten :

- supprimer l'orge et la remplacer par un autre ingrédient (maïs, riz...);
- conserver l'orge mais opter pour un processus de "déglutenisation" au cours du brassage, à l'aide d'enzymes, afin de supprimer le gluten du produit fini.

Face à des industriels quasiment absents sur ce segment, **les brasseries artisanales ont joué un rôle clé dans le développement de cette offre** en étant les premières à lancer des produits sans gluten. Pour ne pas se limiter à un public de niche, ces bières s'inscrivent dans la tendance plus globale du "mieux manger", en combinant par exemple le sans gluten avec du bio ou du local. Les premières bières sans gluten lancées en grande distribution en France, portées en 2015 par la Brasserie Castelain et la Brasserie de Gayant (devenue Goudale), étaient ainsi des références bio. Castelain a aussi opté pour la déglutenisation afin de ne pas impacter sa politique d'approvisionnement local. "Nous souhaitons utiliser des ingrédients de notre région, ce qui excluait l'utilisation de riz ou de quinoa", indiquait Annick Castelain, directrice générale de l'entreprise.

Au fil des ans, **de plus en plus de brasseurs artisanaux se sont positionnés sur ce segment**, diversifiant la matière première utilisée (quinoa, sorgho, blé noir, etc.) et reprenant les codes des bières traditionnelles : Pale Ale sans gluten pour BrewDog, IPA pour Magic Rock Brewing, etc.

Le sans gluten en progression en France

8 %

La proportion de Français qui ne mangent pas de gluten

16 %

La proportion de Français ayant un proche ne mangeant pas de gluten

195 millions d'euros

La valeur du marché français du sans gluten en 2020, contre 80 millions en 2016

Traitement IndexPresse. Sources : Baromètre 2021 *Because Gus*, Businesscoot.



ALTIPLANO

Fabriquant de la vodka au quinoa, Alexandre Koiransky constate que le procédé se rapproche de celui de la bière. Il décide donc de se lancer dans cette nouvelle activité en créant en 2011 sa marque Altiplano, en compagnie de Didier Merland. La recette est élaborée en collaboration avec la Brasserie de Bretagne et l'université brassicole de La Rochelle. En plus du quinoa, de l'orge et du blé noir sont ajoutés pour améliorer le goût. Sentant le "bon filon" du sans gluten, dixit Didier Merland, les deux associés décident d'ajouter une étape de déglutenisation.

Chiffres clés

- Création en 2011

Axes stratégiques

- Tous les ingrédients utilisés sont bio et d'origine française: le quinoa est cultivé dans le Loiret, le blé noir dans le Finistère, l'orge dans le Berry, etc. "Altiplano est très attaché à conserver le savoir-faire français et à contribuer à son humble niveau à l'économie locale", se défend l'entreprise. La fabrication est sous-traitée à plusieurs brasseries, dont la Brasserie Larché (Yonne) et la Brasserie de Bellefois (Vienne).
- Arborant les labels bio et sans gluten, les bières au quinoa sont distribuées dans les magasins bio, sur certains sites spécialisés et auprès de grossistes de boissons actifs sur le circuit CHR. Altiplano reçoit également quelques demandes provenant de l'étranger, comme l'Allemagne, l'Angleterre, la Suède ou le Canada.



DIVERSES RÉFÉRENCES DE BIÈRES ARTISANALES SANS GLUTEN

- **Alaryk Blonde sans gluten bio (riz + orge + déglutenisation)** - Alaryk
- **Dremmwel blé noir bio sans gluten (blé noir + orge + déglutenisation)** - Brasserie de Bretagne
- **La Sorgho bio sans gluten (sorgho)** - Brasserie de Ré
- **Blonde 100 % sarrasin sans gluten (sarrasin)** - Brasserie Dulion
- **Blonde bio sans gluten (farine de châtaigne + orge + déglutenisation)** - Brasserie Pietra

7. Voies de développement des acteurs : rejoindre un grand groupe et/ou se positionner sur l'e-commerce, deux stratégies payantes

7.1 Les brasseries artisanales intègrent des grands groupes pour accélérer leur développement

Pour booster leur progression ou franchir un cap, les brasseries artisanales peuvent décider de passer dans le giron de brasseurs industriels. Ces derniers possèdent **des capacités de production supérieures, une puissante force de frappe commerciale et des moyens financiers conséquents**, autant d'atouts dont peuvent tirer profit les petits brasseurs. De telles opérations paraissent d'autant plus opportunes que ces grands groupes cherchent à se diversifier en se positionnant sur l'offre de bières portée par les brasseries artisanales, afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

Bénéfiques pour chaque partie engagée, ces rapprochements s'illustrent à travers **plusieurs acquisitions conclues ces dernières années** par des leaders brassicoles :

- Goose Island (États-Unis, 2011), Camden Town Brewery (Royaume-Uni, 2015), Golden Road Brewing (États-Unis, 2015), Boostels (Belgique, 2016), 4Pines (Australie, 2017) et Platform Beer Co (États-Unis, 2019) ont rejoint AB InBev ;
- Lagunitas (États-Unis, 2015), Brixton (Royaume-Uni, 2018), La Cibeles (Espagne, 2018), Oedipus (Belgique, 2019), Gallia (France, 2021) et Beavertown (Royaume-Uni, 2022) font désormais partie d'Heineken ;
- Marston (Royaume-Uni, 2020) et Waterloo Brewing (Canada, 2022) appartiennent maintenant au groupe Carlsberg.

Les grandes coopératives agricoles constituent d'autres acteurs susceptibles de soutenir les brasseries artisanales. Certaines cherchent en effet à se développer sur ce marché, qui apparaît comme le prolongement logique de leur activité de malterie. Là encore, des rachats ont pu être observés :

- La Brasserie Lancelot est entrée chez Agrial, l'une des plus grosses coopératives agricoles françaises, à l'occasion de l'acquisition de sa maison-mère Phare Ouest en 2020. Elle a ainsi pu bénéficier d'un investissement de 3 millions d'euros en 2022, visant à doubler sa production dans les deux années à venir ;
- La Débauche, brasserie née en 2013, évolue depuis fin 2023 dans le périmètre de la coopérative Océalia. Les deux entités collaboraient déjà au sein du projet Salem Brewing Co., une production de mouûts destinés à la distillation de whisky. "La Débauche devrait y trouver les moyens de conforter sa croissance", indique le site spécialisé Malts & Houblons à propos de cette acquisition.



GALLIA

La brasserie Gallia a été fondée en 2010. Elle proposait initialement des bières produites sur son site de Pantin (Seine-Saint-Denis). "Leur quête : inventer la bière craft à la française puis la commercialiser au plus grand nombre. Fort d'une

créativité débridée, ils conçoivent, en plus de leurs six références phares, des bières dites éphémères, par exemple à la rhubarbe ou à la spiruline", détaillait RIA – Revue de l'industrie agroalimentaire en évoquant les deux fondateurs de la société, Jacques Ferté et Guillaume Roy.

En 2019, Gallia, qui avoisinait alors les 3 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, atteint les limites de son modèle d'indépendant. "Nous sommes confrontés à une forme de plafond de verre de notre production. La demande est là, mais nous n'arrivons pas à suivre", déplorait Jacques Ferté. En quête d'un nouveau partenaire financier, la brasserie trouve un accord avec Heineken, qui entre à son capital afin de poursuivre le développement des bières craft. Deux ans plus tard, le géant néerlandais rachète entièrement Gallia.

Chiffres clés

- Création en 2010
- Entrée au Capital de Heineken en 2019, rachat total en 2021
- Capacité de production annuelle de 40 000 hectolitres en 2023 (contre 7 850 en 2018)

Axes stratégiques

- La collaboration entre les deux entreprises a notamment débouché sur l'édification d'une nouvelle usine à Sucy-en-Brie (Val-de-Marne), permettant de multiplier par cinq la capacité de production annuelle de Gallia, à hauteur de 40 000 hectolitres annuelles. "Heineken nous apporte un soutien financier, son savoir-faire technologique pour produire de la bière à grande échelle ainsi que son réseau de distribution en CHR et GMS", expliquait alors Jacques Ferté.
- Le rachat total de Gallia courant 2021 n'a fait qu'accélérer sa croissance. Présente sur tous les canaux de distribution et profitant du réseau de France Boissons, le distributeur du circuit CHR possédé par Heineken, Gallia a vu son chiffre d'affaires tripler par rapport à l'époque où elle évoluait seule. "Il y a une réelle ambition autour de Gallia, portée par le groupe Heineken. [...] En ce moment, le volume de demandes explose, donc il se peut que l'on accueille de nouvelles cuves à l'avenir, avec une augmentation de notre production industrielle", indiquait Bastien Rançon, directeur de l'usine de Sucy-en-Brie, en septembre 2023.



BRASSERIE DU MONT-BLANC

Avec un siège situé à Chamonix (Haute-Savoie) et une usine proche de Chambéry (Savoie), la Brasserie du Mont-Blanc s'impose comme l'une des principales brasseries régionales françaises. Depuis sa création en 1999, la société a diversifié son catalogue pour s'implanter peu à peu dans tous les segments faisant le succès de l'offre artisanale : IPA, bio, type abbaye, sans gluten, etc.

Chiffres clés

- Création en 1999
- Rachat par Duvel Moortgat en 2023
- Capacité de production annuelle de 110 000 hectolitres
- 30 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022

Axes stratégiques

- À l'automne 2023, la Brasserie du Mont-Blanc a annoncé qu'elle intégrait le groupe belge Duvel Moortgat (500 millions d'euros de chiffre d'affaires), détenteur de marques reconnues comme la Chouffe ou la Duvel. "Nous étions au bout de ce que l'on pouvait faire seuls et avons besoin de nous appuyer sur un partenaire pour évoluer", reconnaissait alors Sylvain Chiron, président et cofondateur de la Brasserie du Mont-Blanc.
- Duvel Moortgat, qui cherchait de son côté à renforcer sa présence en France, lui permettra notamment d'accélérer sa diffusion. La brasserie savoyarde ne possédait jusqu'alors que trois commerciaux, ce qui limitait ses actions en dehors de la région Rhône-Alpes et à l'étranger. La production pourrait également accélérer, Sylvain Chiron annonçant plusieurs recrutements à venir sur la partie industrielle. "Une forte croissance devrait suivre dans les années à venir", conclut *Les Échos*.

7. Voies de développement des acteurs : rejoindre un grand groupe et/ou se positionner sur l'e-commerce, deux stratégies payantes

7.2 Le e-commerce, un canal de croissance porteur

Les ventes de bière en ligne ont fortement progressé: avec **une croissance de plus de 45% en 2020**, elles ont dépassé les 85 millions de litres écoulés annuellement. Trois ans plus tard, le bilan se révèle différent en raison de l'inflation qui a fortement pesé sur le marché. Toutefois, alors que NielsenIQ indique que les volumes de ventes de bières ont reculé 4,5 % en grande distribution, **le e-commerce et la proximité résistent mieux que la moyenne** avec baisses respectives de - 2,5 % et - 3 % sur l'année.

Le canal se montre toujours prometteur pour les brasseries artisanales, **qui peuvent davantage y maîtriser leur image et nouer des contacts de proximité avec leur communauté et les prospects**. Des plateformes spécialisées se développent par ailleurs afin de favoriser la découverte de bières originales par les consommateurs. La mise en relation entre professionnels par les outils numériques pour faciliter l'approvisionnement et la distribution des produits se met également en place.



HELLO CRAFT BEER

Lancée en 2020, cette plateforme propose une mise en relation entre professionnels afin de faciliter la diffusion des bières artisanales. "Les points de vente ont très difficilement accès aux produits car la distribution n'est pas structurée", expliquait le fondateur, Maxime Chauvet, début 2022 sur le site Internet Bières Actu. "La marketplace Hello Craft Beer permet à n'importe quel point de vente, du supermarché au caviste en passant par les bars, restaurants et épicerie fines, d'accéder aux produits des microbrasseries, de centraliser leurs achats et d'optimiser les coûts de transport."

Chiffres clés

- Création en 2020
- 20 brasseries partenaires
- 600 000 euros levés en 2022

Axes stratégiques

- Début 2023, Hello Craft Beer travaillait avec plus de 20 brasseries, dont une située en Allemagne. Son activité de grossiste en ligne inclut des services comme la création de devis, la gestion en une commande unique des approvisionnements multiples, le calcul immédiat des frais de port ou encore l'accès aux stocks des brasseurs et des commandes des centrales d'achat de la grande distribution.
- Référencée auprès de plusieurs d'entre elles ainsi qu'auprès de 1500 points de vente, la plateforme a mené une levée de fonds de 600 000 euros en 2022. Elle a notamment été soutenue par Bpifrance, la région Grand Est et un acteur des vins et spiritueux.



ADOPTE UN BRASSEUR

Elle aussi fondée en 2020, la plateforme AdopteUn Brasseur a choisi pour sa part une approche principalement B2C, mettant en valeur l'offre des brasseries auprès des consommateurs. "Nous voulons devenir la marketplace de référence de la bière pour permettre aux consommateurs et aux professionnels de découvrir et de commander les meilleures bières artisanales des territoires", soulignait ainsi en 2022 Oliver Rouault, fondateur de la plateforme. Cette dernière commercialise les bières soit par le biais d'une vente directe, soit sous la forme de box par abonnement. Dans ce dernier cas, le consommateur reçoit chaque mois un coffret contenant six bières d'un même producteur.

Chiffres clés

- Création en 2020
- 80 brasseries partenaires en 2023
- 322 000 levés en 2022 grâce au crowdfunding

Axes stratégiques

- Adopte Un Brasseur travaillait avec plus de 80 brasseries début 2023, dont plus d'une trentaine pour la création des box. La plateforme revendiquait alors environ un millier de clients. Elle espère collaborer avec 250 brasseries à l'horizon 2026 pour atteindre 2 400 box expédiées chaque mois.
- Elle a dans ce but ouvert son capital en 2022 via une levée de fonds effectuée sur la plateforme de financement participatif Tudigo. La société a récolté 322 000 euros, un montant à peu près égal à son objectif (330 000 euros), afin de recruter et d'investir en marketing.



GUEULE DE JOIE

Cette plateforme, créée en 2019, s'est spécialisée dans la vente en ligne de boissons alternatives aux versions alcoolisées. Elle commercialise ainsi des bières, vins, champagnes et spiritueux sans alcool. Son démarrage a d'abord été modeste, la société s'étant à ses débuts installée dans un local de 15 m². Son activité s'est cependant rapidement développée, ce qui a conduit à l'ouverture d'un entrepôt de 400 m² permettant de stocker plus de 30 000 bouteilles.

Chiffres clés

- Création en 2019
- 350 000 euros de chiffre d'affaires en 2021

Axes stratégiques

- Gueule de Joie propose plus de 200 références sans alcool et a réalisé un chiffre d'affaires de 350 000 euros en 2021, soit plus du triple de l'année précédente. "On espère doubler notre chiffre en 2022 et atteindre le million d'euros d'ici deux ans", précisait le fondateur, Jean-Philippe Braud, au journal Sud-Ouest fin 2021. L'offre connaît une forte augmentation du fait de l'engouement pour les alternatives sans alcool: "On a de plus en plus de viticulteurs, de brasseurs et de distillateurs qui se lancent dans le sans alcool et qui viennent vers nous", expliquait l'entrepreneur.
- Après s'être focalisée sur les particuliers, la plateforme cible à présent également une clientèle professionnelle, notamment les cavistes et les restaurateurs. Elle a même ouvert son premier point de vente physique en 2022, à l'occasion du Dry January (mois sans alcool): il s'agissait d'un concept store situé au sein du Marché d'Intérêt

National (MIN) de Nantes. D'une surface de 60 m², la boutique était dotée d'un bar. Cette expérimentation pourrait conduire à l'installation d'un réseau de magasins physiques pérenne dans l'Hexagone à partir de 2023



D'AUTRES ACTEURS DE LA VENTE EN LIGNE DE BIÈRES ARTISANALES

- **Bieronomy (vente de bières artisanales de brasseries partenaires et bar)** - création en 2015
- **Hoppy Trade (société Brothers Loving Beer - vente de bières artisanales et de brasseries partenaires et de données sur le marché)** - création en 2015

La collection IndexPresse *Business Etude*

Comment accéder à des données fiables, pertinentes et surtout synthétisées, alors que l'information n'a jamais été aussi accessible en apparence ?

Voilà une question à laquelle sont confrontés quotidiennement les décideurs dans les entreprises lorsqu'il s'agit de prendre les bonnes décisions.

C'est pourquoi nous avons créé la collection **IndexPresse Business Etude**, des études sectorielles complètes, réalisées à partir des plus grands titres de la presse

économique et professionnelle. En s'appuyant sur des informations fiables et de qualité, les études d'IndexPresse offrent des synthèses analytiques et éclairées sur les secteurs d'activité émergents ou en mutation.

Vous aurez ainsi toutes les clés en main pour accompagner votre réflexion stratégique, en vous appuyant sur l'examen des enjeux de votre marché, afin d'anticiper ses évolutions et valider, ou modifier, votre positionnement dans le jeu concurrentiel.

Date de parution - février 2024.



Justine CARREL

justine.carrel@indexpresse.fr

Auteur

SECTEURS & MARCHÉS

BIÈRES ARTISANALES

FÉVRIER 2024

Le marché français des bières artisanales connaît une expansion remarquable, alimentée par un engouement croissant pour des produits authentiques et de qualité. Portées par une demande en quête d'originalité et de saveurs distinctives, les bières artisanales françaises se distinguent par leur diversité et leur caractère. Au cœur de cette effervescence, l'innovation occupe une place prépondérante, avec l'apparition de bières bio, sans alcool, ou encore les IPA, qui illustrent le savoir-faire exceptionnel des brasseurs locaux.

Dans un secteur où la concurrence est vive, la clé du succès réside dans la capacité à se démarquer. Les brasseurs artisanaux misent sur la qualité des ingrédients, le respect de l'environnement, et un engagement fort pour des pratiques durables. Ce positionnement répond parfaitement aux attentes d'une clientèle de plus en plus soucieuse des implications écologiques et sociales de leur consommation.

Les bières artisanales en France ne se contentent pas d'offrir une palette gustative riche ; elles incarnent également un lien social fort et s'inscrivent dans le patrimoine culturel des régions. Elles représentent une invitation à découvrir un secteur vibrant, où se mêlent tradition et innovation, pour le plaisir des amateurs de bière.

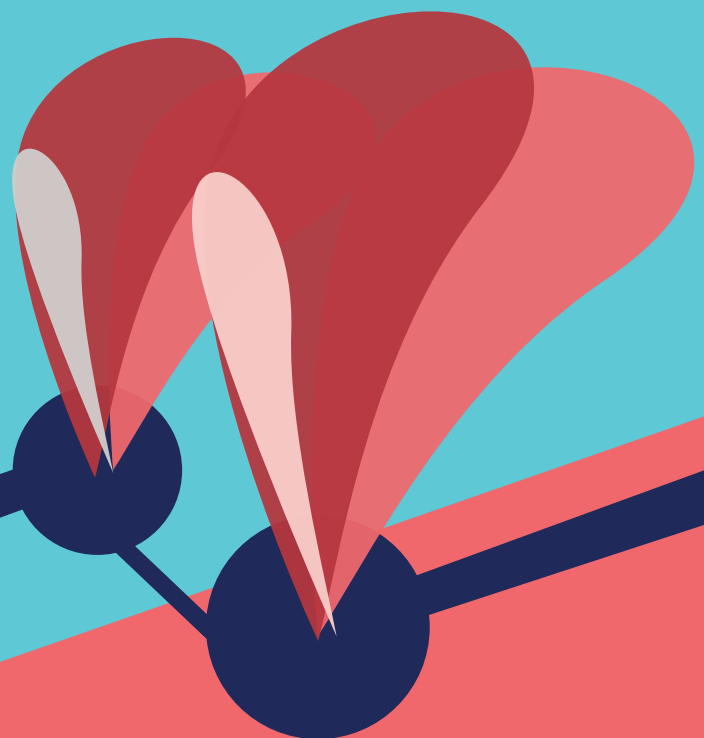


Photo de couverture : ©RareStock



IndexPresse
19 rue René Thomas
38000 Grenoble
Tél. 04 76 92 05 25
indexpresse@indexpresse.fr