

Café géographique du 23 Octobre 2002 à Toulouse

LES BIERES :

industrielles, artisanales, de terroirs ?

INTRODUCTION

Pascal MICHEL

Animateur des *Cafés géographiques à Toulouse*

Derrière la prestigieuse tradition vinicole de la France se cache une filière brassicole qui est loin d'être un poids plume : la France est 1° exportateur mondial de malt depuis 25 ans et 2° exportateur mondial d'orge. Bien implantée dans cette filière agroalimentaire, elle est à **l'origine de l'industrialisation de la bière**, la boisson la plus répandue dans le monde.

Au moyen âge, la bière se buvait près du lieu de production, étant donné l'état de la logistique et les moyens de conservation... La consommation s'organisait autour de brasseries artisanales avec statut et réglementation, Guilde et loi de la pureté (1516). Pendant la colonisation de l'Amérique, églises et brasseries ouvraient au même rythme.

Les accidents de fermentation et le calibrage du produit, ce que nous appelons aujourd'hui la Qualité, posèrent problèmes au XIX° siècle lorsque la demande grandit et que la diffusion à grande échelle s'imposa. Sollicité par des brasseurs du Nord de la France, Louis Pasteur découvrit les mécanismes de la fermentation alcoolique due aux levures et préconisa une hygiène draconienne et l'emploi de son procédé : **la pasteurisation**. Dès lors, l'expansion des bières industrielles n'aura plus de limite. De grands groupes industriels se bâtissent, rachetant de prestigieux noms et éliminant des nombreuses enseignes villageoises. Ils ont ensuite encadré la distribution par le **contrat de brasserie**, qui attache cafés et restaurants à une marque, et bénéficié du formidable essor de la grande distribution qui assure aujourd'hui 2/3 des ventes.

Aujourd'hui, le mouvement s'inverse-t-il ? Le contrat de brasserie tend à disparaître. La consommation française affiche une tendance déclinante qui pousse les industriels à consolider leurs marchés intérieurs en accentuant la distribution de bières de terroirs. **Le rattachement territorial d'une bière devient un argument commercial**. Mais le phénomène le plus nouveau est **l'éclosion des micro-brasseries**, quasiment une par département en Midi-Pyrénées qui n'affiche pourtant pas une grande tradition brassicole.

Ces nouvelles brasseries innovent de toutes parts. Certaines sont **artisanales** et affichent un réel savoir-faire ; d'autres sont des **fermes brassicoles**, donc des entreprises agricoles, qui contrôlent toute la chaîne depuis la culture des céréales jusqu'à l'embouteillage et la commercialisation. Ces dernières revendiquent l'appellation **de bière de terroir**. L'innovation se retrouve aussi dans la distribution car les micro-brasseries ne s'appuient ni sur la grande

distribution, ni sur les bars et les restaurants. Et enfin sur le goût avec de nouvelles recettes et parfois l'absence de pasteurisation.

Industriels et artisans jouent avec force et astuce de l'attachement territorial. Et à ce jeu les artisans ont un avantage auprès de leurs clients car ils représentent *la bière d'ici*, renvoyant les bières industrielles dans l'ailleurs, le *je ne sais où*. Ainsi s'impose une question majeure pour notre débat : les bières industrielles sont-elles *les bières de nulle part* ?

Joël LEMAURE

Service Qualité Produits CHD - Brasseries HEINEKEN

Représente un groupe **industriel** hollandais, avec 40000 salariés présents dans 170 pays, notamment en Afrique. C'est le **2^{ème} brasseur mondial et le 1^{er} à l'échelle européenne.**

Plusieurs types de bières produits : classique (Pelforth), spéciales (Murphy) et sans alcool (Buckler)...

Point fort : la **qualité**. Notre bière est la même partout dans le monde : on est certain de retrouver la qualité Heineken quel que soit le lieu de consommation.

Michel JOUIN

Brasserie La BIERATAISE (Haute-Garonne)

Présente une brasserie **artisanale** de village (Bérat, 31). Deux personnes en vivent. Chiffre affaires : 465 000 €.

1^{er} brassin en **1996**. Plusieurs types de bières, blonde ou brune.

Distribution : café et bars : 2,5%

accueil brasserie : 15%.

milieu associatif et festivals : le reste.

(la grande distribution ne les vend pas)

Christian GARLAND

Ferme brassicole KARLAND (Tarn)

D'abord **agriculteur**, et non seulement brasseur car il *contrôle toute la chaîne de la bière : culture de céréales, brasserie, distribution sur les marchés*. Il représente ici la **bière de terroir**.

Il s'est lancé en **1990**, dans le sud du Tarn, en production certifiée AB, lorsque le concept des micro-brasseries commençait à être dans la tendance. Il fabrique une seule sorte de bière, ambrée.

A l'origine, c'est une démarche de curiosité qui l'a amené sur le terrain de la bière ; à présent elle représente la moitié du revenu de l'exploitation agricole et cette part devrait évoluer positivement.

DEBAT

Questions et réponses ont été regroupées ici selon **quatre grandes rubriques** qui ne respectent pas l'ordre chronologique du débat (voir le numérotage des questions).

1. La production.

Question 2 : *Quels sont les types de céréales qui sont utilisés ?*

Heineken : Rappelons que la bière est fabriquée à partir de céréales (l'orge surtout, en raison de la rapidité de sa fermentation), et non à partir de houblon (ajouté pour son goût). On utilise le riz en Asie, le maïs ou le blé en Europe, et le Mil ou le Sorgho en Afrique. Cela dépend pour beaucoup des caractéristiques de chaque région. Les céréales sont aussi et surtout utilisées pour la stabilité colloïdale. Néanmoins certaines bières, au pur malt par exemple, n'utilisent pas de céréales du tout.

Question 4 : *Dans l'utilisation des céréales, est-ce qu'il n'existe pas une inquiétude vis-à-vis des OGM ?*

Karland : En France, le maïs est seul concerné. Pour les autres ingrédients, comme la levure, le risque existe puisqu'en jouant sur les gènes on peut trouver une levure donnant par exemple plus d'alcool. Mais le risque avec les bières industrielles est bien supérieur puisqu'elles peuvent contenir de l'amidon de maïs et de riz. Karland pratique l'agriculture biologique sans OGM, pour la brasserie comme pour les autres productions.

Biérataise : Pour ma part, j'achète les céréales pour brasser, mais je n'organise pas de contrôle car les contrats sont trop faibles. Et de plus, l'orge n'est pas vraiment concernée par les OGM.

Heineken : Quant à Heineken, nous fonctionnons avec les mêmes fournisseurs depuis 25 ans. Donc nous sommes quasiment sûr de la non présence d'OGM.

Question 5 : *Pourriez-vous nous donner un peu plus de renseignements sur les bières belges ?*

Biérataise : Une de leurs caractéristiques est la "fermentation haute" qui conserve le goût initial. La conservation haute est le processus selon lequel on incorpore la levure, qui dégrade le sucre en alcool et gaz carbonique, à une température d'environ 20°. Ensuite la maturation dure environ 1 semaine. Alors qu'en fermentation basse, l'ajout se fait à 10°, la maturation est un peu plus longue. Et ensuite intervient la pasteurisation.

Karland : Les micro brasseries s'inspirent de cette tradition de la bière belge. Quant à la saveur, la méthode champenoise permet de conserver la saveur originale sans procédé chimique.

2. La distribution.

Question 10 : *Le problème aujourd'hui reste que certains cafés sont carrément prisonniers d'un seul et unique brasseur. Essayer de trouver un bec de libre pour un petit brasseur en France? La "Lancelot" en Bretagne l'a fait, mais cela reste minoritaire.*

Heineken : Je suis bien d'accord, mais les contrats de brasserie restent obligés de nos jours car on ne peut plus fonctionner "sur parole", la moralité n'est plus la même qu'auparavant. Mais nous faisons aussi des contrats qui laissent une marge de manœuvre au cafetier pour distribuer une petite bière sur le 2^{ème} ou le 3^{ème} bec.

Biérataise : Je peux quand même rajouter que cela reste très difficile de rentrer dans les cafés. J'avais des amis cafetiers qui m'auraient volontiers distribué, mais leur contrat ne leur permettait pas de proposer une autre bière. Certaines manifestations sont aussi fermées aux bières artisanales. Mais il est vrai qu'en Bretagne, avec "Lancelot et Coref", ils sont mieux organisés au niveau des micros brasseries.

Les contrats portent seulement sur la pression, donc la distribution en bouteille est possible, mais cela reste un mode de consommation marginal en bar.

Karland : Pour revenir sur la bière artisanale, la distribution en fût est primordiale par rapport à la bouteille. Et de ce fait il existe un lien fort entre bars et brasseurs : si une bière ne peut être distribuée à la pression parce que tous les becs sont utilisés, cela complique l'implantation. Le problème est encore plus sensible avec les bières non-flash pasteurisées qui sont très difficiles à trouver en France, contrairement au Royaume-Uni.

Intervention dans la salle : Le système au Royaume-Uni diffère du nôtre par rapport à la propriété des bars ou pubs. Le pub reste sous contrat avec un brasseur comme en France, mais il peut toutefois distribuer aussi une bière artisanale, à la différence d'un café en France, sous contrat exclusif avec un grand brasseur.

Heineken : Je voudrais préciser que le contrat de brasserie fait suite à un investissement de la part du brasseur et non l'inverse, c'est très important. Cela permet l'acquisition du fond de commerce pour le propriétaire par exemple, ou cela représente aussi une garantie financière d'être sous contrat avec un grand brasseur.

L'Union Européenne, sous le couvert de la libre concurrence, veut modifier ces "Contrats Brasseurs". Cela s'est d'ailleurs déjà spontanément réalisé à Paris où des grands cafetiers proposent plusieurs grandes bières concurrentes sur des becs côte à côte.

Question 13 : *De toute façon, que ce soit bière de terroir, ou d'Abbaye en Belgique, ne faites vous pas avaler aux gens ce que vous voulez?*

Heineken : Non, car nous lançons des enquêtes au préalable de la mise sur le marché, et puis les échecs existent toujours.

Question 15 : *Le prix de la bière artisanale est-il supérieur à celui de la bière industrielle ? Et si oui, comment faites vous?*

Intervention dans la salle : La bière industrielle garde un avantage sur la bière artisanale, c'est qu'elle peut proposer des prix plus attractifs. C'est pour cette raison qu'elle reste une boisson populaire, je pense.

Heineken : La différence de prix peut cependant s'estomper au travers du nombre d'intermédiaires que nous utilisons et qui prennent chacun leur part au passage.

Karland : Avec une production annuelle équivalant à un semi-remorque ou 20000 litres, c'est sûr que les volumes de production ne permettent pas les mêmes économies d'échelle.

Biérataise : Lorsque nous commandons 4 palettes pour le mois dans la même journée Heineken en prend peut-être 100 fois plus.

Question 16 : *Est-ce que les bières artisanales ont tenté de mettre en place des liens avec des restaurateurs?*

Karland : Non, principalement parce qu'il n'existe pas vraiment de tradition culinaire s'articulant avec la bière, chez nous en tout cas, mais cela reste possible à réaliser.

Question 11 (Gabriel Weissberg, animateur des Cafés-géos) : *La difficulté de s'exprimer autour de la qualité de la bière en France ne viendrait-elle pas d'un déficit de connaissance? Et n'est ce pas le consommateur qui décide si c'est une bière de terroir ou de nulle part?*

Biérataise : Il s'agit de respecter les différences de bières et de goûts; mais sur ce point les cafetiers doivent s'engager aussi.

Karland : Le terroir signifie le rattachement au sol, au pays, donc pourquoi est-ce que cela resterait exceptionnel ?

3. La qualité et le goût.

Question 1 : *Est-ce que les bières aromatisées, de type Desperados, la bière mexicaine à la Tequila, n'impliquent pas une perte des vraies valeurs de la bière, l'amertume notamment ?*

Heineken : Cela correspond à une demande des consommateurs. Particulièrement les jeunes et les femmes qui recherchent moins d'amertume. Mais il est clair qu'un bon buveur de bière évite ce genre de bières. C'est plus ou moins une démarche marketing comme Adelscott, la bière au Whisky qui est un autre exemple.

Biérataise : Dans le même sens, la tendance actuelle irait vers une amertume assez discrète.

Question 3 : *Pourquoi est-ce que l'on ne trouve pas en France de bières blondes de qualité (type : Pils en Allemagne ou Belgique) ? Est- que cela vient du savoir-faire, de la qualité de l'eau ?*

Heineken : Je crois que cela reste une question de goût. La 33 Export ou l'Extra Dry sont des bières blondes de qualité. La différence avec l'Allemagne par exemple peut venir du fait qu'on y utilise des additifs seulement pour la bière destinée à l'export.

Karland : La différence gustative vient d'abord de quatre facteurs de base : l'orge, l'eau, la levure, le houblon sont les principaux ingrédients qui rentrent dans la composition de la bière. Mais après, les industriels peuvent rajouter un tas d'additifs pour des raisons gustatives, de conservation ou autre...

Question 8 : *Le terme de "pureté" (employé par l'UE) est assez ambigu. Il me semble que cela répond seulement à une visée commerciale, car des céréales non maltées seraient impures et d'autres bières avec du soufre pourraient répondre aux critères de pureté. Et par rapport à cela, je voudrais rappeler l'importance des réseaux de distribution dans la qualité de la bière, car les voyages longs imposent des traitements, au soufre notamment.*

Heineken : Pour Heineken, nous respectons la norme de qualité ISO 9002. Et nous possédons des brasseries à Nîmes, Strasbourg et Marseille afin de limiter les déplacements.

Karland : Mais dans la législation, il est possible d'incorporer environ 250 additifs allant des enzymes aux oxydes de croissance, en passant par le malt ! On peut aujourd'hui corriger tous les paramètres avec la chimie...

Biérataise : La loi de pureté n'est pas un gage de qualité, on peut par exemple prendre le cas des bières belges...

Intervention dans la salle : La loi sur la Pureté date de Bismarck (XIX^{ème} siècle), mais l'Allemagne la réinstalla sous la CEE pour limiter les entrées sur son marché intérieur de bières étrangères. Les normes de qualité actuelles se sont ensuite fondées principalement sur les mêmes bases.

Question 9 : *Le goût se travaille selon des techniques ou bien selon les produits?*

Biérataise : Il varie selon les ingrédients, mais les outils de fabrication ont aussi leur rôle, tout autant que le brasseur, ou la température lors du brassage. Pour ma bière, le goût n'a pas été créé pour répondre à la demande commerciale, mais il s'agit de néanmoins rester dans une palette d'amertume acceptée par le consommateur. Personnellement, je l'aimerais bien avec un peu plus d'amertume, mais cela ne passerait sûrement pas sur le marché.

Karland : Pour moi, il s'agit d'abord d'une bière que j'aime et apprécie. Je produis moi-même mon malt et mon houblon, je suis donc tributaire des conditions météorologiques. Dans les brasseries industrielles, des climatiseurs permettent d'obtenir des conditions optimales pour le brassage, mais cela au dépend de la variété du goût. Pour ma bière biologique, ce n'est jamais le même malt et donc la même bière que j'obtiens au brassage puisque je travaille avec des

conditions plus aléatoires et de la matière "vivante". Dès que l'on travaille sur le "vivant", on ne peut pas tout contrôler.

Heineken : Nous nous attachons à utiliser une eau de grande pureté car cela reste un ingrédient primordial.

Intervention dans la salle : La levure propre à chaque producteur joue aussi un rôle gustatif.

Question 12 : *Tout à l'heure vous avez évoqué des bières "pour femmes et pour jeunes", est-ce que cela signifie qu'ils ne sont pas capables de reconnaître une vraie bière? D'autre part, les enquêtes de consommations sont largement orientées puisqu'elles ne proposent que des "grandes bières" en réponse et excluent donc à priori des bières alternatives, est-ce que ce n'est pas un problème de légitimation?*

Heineken : Les enquêtes permettent de lancer des marques. Et c'est bien une enquête de consommation qui a révélé que les jeunes et les femmes voulaient des bières "fruitées et sucrées ».

Question 17 : *Existe-t-il des AOC de bières?*

Biérataise : Il ne me semble pas.

4. Les bières : industrielles, artisanales, de terroirs ?

Question 6 (Jean Pilleboue, UTM) : *Qu'est ce qui fait vraiment une bière de terroir ? La saveur liée à la qualité du sol et du climat, ou encore le savoir-faire?*

Karland : Le sol tient un rôle important dans la bière de pays, il possède des attributs et des caractéristiques qu'il donne au travers de la récolte de l'orge utilisé pour brasser.

Biérataise : C'est l'identité des gens, en l'occurrence de la Haute-Garonne pour la Biérataise, qui font aussi cette bière de terroir. Et puis peut-être une certaine éthique.

Intervention dans la salle : On devrait alors peut-être parler plutôt de bière de région, ou de pays. De toute façon la limite reste floue puisque par exemple actuellement, une bière du pays basque est attaquée en justice car elle est brassée en Alsace. Ou encore la Tolosane, bière qui se réclame du Pays Cathare, et qui fut brassée pendant deux ans en Savoie. Par ailleurs, le terroir s'associe peut-être à l'artisanal, qui désignerait mieux les micro-brasseries.

Question 7 : *Alors, étant donné que le caractère artisanal n'est pas une marque ou label déposé, où situeriez-vous la limite avec le procédé industriel?*

Biérataise : Moi, par exemple, je produis 450 hl par an ; mais plus qu'un critère de production, je pense qu'il s'agit de pouvoir donner le choix aux gens. La cohabitation entre les bières artisanales ou industrielles reste possible car, de toute façon, la bière artisanale ne peut répondre à toute la demande.

Heineken : Pour moi, c'est l'échelle de distribution géographique qui fait la différence, au niveau local, national ou international. Par contre, le volume n'est pas à lui seul un critère de distinction.

Question 14 : *Est-ce que les brasseries sont moteurs de dynamique rurale (économique ou culturelle) à travers leur production ?*

Heineken : Oui, je peux vous garantir que la bière "Pélican" reste "Pélican", même rachetée par Heineken : l'identité rurale de pays ou de terroir est conservée.

Biérataise : A l'origine, nous sommes partis sur un créneau précis : nous avons la volonté de créer un village irlandais, à Bérat, avec tout ce que cela comporte au niveau culturel.

Karland : Le projet culturel était aussi là pour nous au départ, avec une fête de la bière organisée par une association. Au départ, cela suscite la surprise des populations locales et des clients et puis petit à petit, il y a toute une histoire qui se construit autour de la bière.

CONCLUSION (Jean-Marc Pinet, animateur des cafés-géos) :

Chacun des trois brasseurs a répondu pour sa part aux questions concernant la production, la distribution, la qualité et le goût des bières. Chaque type de brasseries revendique sa conception de la qualité et met en avant la nécessaire variété des goûts, mais elles diffèrent sur la production et la distribution.

La formulation du débat (*bières industrielles, artisanales ou de terroirs ?*) a été choisie par les intervenants eux-mêmes. Il est apparu cependant que la notion de terroir était assez mal définie et fréquemment confondue avec celles de territoire ou de pays (à des échelles variables : la ferme, le village, la région).

Tout au long du débat, deux questions (et non trois) se sont donc constamment entrecroisées : celle de la *taille* des brasseries (industrielle ou artisanale) et celle de leur *localisation* (mondiale ou de pays).

Questions distinctes, mais étroitement liées : les brasseries industrielles ont non seulement une production élevée, une qualité standard (mais en voie de diversification) et une main d'œuvre nombreuse, mais aussi une implantation et une distribution à l'échelle *mondiale*, facteurs d'uniformisation. Les brasseries artisanales se définissent par une production faible (mais très variée de l'une à l'autre) et une main d'œuvre limitée à quelques personnes, mais aussi par une implantation et une distribution à l'échelle *locale*, porteuses d'identité.

Bières d'ici ou de nulle part ? La relation entre un produit et son espace est typiquement un problème de **géographie**.

La séance a été suivie d'une *dégustation*.

Compte-rendu établi par
Eric VIDALENC (étudiant en géographie) et
Jean-Marc PINET (animateur des cafés-géos)

Remerciements :

- **aux trois intervenants** pour leur sympathique participation et la dégustation conviviale qui a suivi le débat :

Joël LEMAURE, HEINEKEN, joel_lemazure@heineken.nl
Michel JOUIN, La BIERATAISE, Route de Poucharramet, 31370 BERAT
Christian GARLAND, KARLAND, Le Bourg, 81470 ALGANS

- **aux membres du club des amis de la bière** pour leur présence dans la salle, leurs questions et leurs interventions :

Club des Amis de la Bière
Siège social : Le Flippero, 8 rue des Frères Despons, 31320 Castanet-Tolosan
Mél : c.a.b@free.fr
Site Internet : <http://c.a.b.free.fr>