

La bière biologique en Belgique : démarche engagée, filière d'avenir ?

Étude qualitative de la perception et du développement de la bière
biologique en Wallonie



Mémoire de Fin d'Etudes présenté par **BUÉ, Matthieu**
en vue de l'obtention du grade académique de Master en
Sciences et Gestion de l'Environnement Gestion de l'Environnement
Ma 120ECTS ENVI5G- T

Année Académique : 2013 – 2014

Promoteur : Bernard Godden
Promoteur Externe : Hélène Louppe
Asseseurs : Tom Bauler
Laurence Van Nederveelde

RESUMÉ

Ayant pu constater un engouement relativement récent apparu autour du phénomène de la bière biologique, en Belgique ainsi qu'ailleurs en Europe (France, Allemagne, Grande-Bretagne, etc.) et en Amérique du Nord (U.S.A., Canada), cette étude vise à rendre compte de la perception et du développement de la bière biologique en Wallonie, tel qu'il est perçu par différentes catégories de professionnels qui composent la filière brassicole (brasseurs / malteurs / producteurs agricoles).

Nous avons pour cela souhaité comprendre de façon complémentaire les différentes motivations, les « drivers » qui poussent individuellement des acteurs et des entreprises brassicoles à s'intéresser ou à s'engager plus en avant dans la démarche biologique, mais aussi certains des aspects collectifs de l'organisation et du fonctionnement des filières brassicoles en Belgique. Ce faisant, nous avons en définitive cherché à identifier les conditions et les obstacles de la constitution d'une filière brassicole biologique intégrée (et intégrante pour toutes leurs ses prenantes) en Wallonie.

La présente étude tente d'abord, au moyen d'une approche sociohistorique de la bière, de situer la bière biologique dans l'histoire brassicole. Nous soutenons pour cela une approche théorique selon laquelle la bière biologique apparaît dans l'histoire brassicole comme une déclinaison récente et contemporaine de la façon de voir exister la bière.

Nous dressons ensuite un panorama du « paysage brassicole belge » et tentons de la sorte de mettre en lumière certaines des dynamiques qui le façonne et lui donne son caractère original. Outre une étude documentaire classique, la démarche sociologique adoptée nous aura conduits à réaliser des entretiens qualitatifs auprès de plusieurs catégories de professionnels et de contacts institutionnels. Ces entretiens ont fourni des témoignages riches qui nous ont permis de mieux envisager l'hétérogénéité et la complexité du monde brassicole belge, mais aussi la vivacité avec laquelle il évolue. Ces témoignages nous ont également permis d'identifier plus spécialement certains des enjeux, défis et contraintes que soulève le mode de production biologique au sein du monde brassicole belge, tel qu'il apparaît en particulier pour les Petites et Moyennes Entreprises. Nous montrons ainsi en quoi le phénomène de la bière biologique en Belgique se comprend en partie à l'aune du modèle conventionnel, qui lui reste largement prédominant.

Il apparaît ainsi que la bière biologique porte en elle certains des attributs du succès de la bière issue du modèle conventionnel belge, mais qu'elle n'échappe pas non plus à certaines des tares qui incombent aux PME brassicoles.

Nous discutons enfin du potentiel de constitution d'une filière brassicole biologique qui tende vers une intégration de ses différentes parties prenantes, au travers notamment de deux exemples d'initiatives internationales et d'une initiative en cours en Wallonie.

Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement Bernard Godden et Hélène Louppe pour la liberté qui m'aura été accordée durant la réalisation de ce travail ainsi que pour le soutien qui a été le leur au cours de cette entreprise aussi enrichissante que périlleuse.

J'adresse aussi des remerciements sincères à toutes les personnes rencontrées dans le cadre de cette étude pour la disponibilité dont chacun a fait part et la gentillesse avec laquelle tous ont accepté de répondre à mes questions :

MM. N. Buysse (Brasserie coopérative de la Lesse), J. Cambie (Brasserie De Plukker / Producteur de houblon biologique) M. Dekeyser (Brasserie Dupont), P. Delcoigne (Brasserie des Légendes), M-A. De Mees (Brasserie de Brunehaut) et J. Slabbinck (Malterie du Château / Brasserie des Carrières). Le photomontage en couverture a été conçu et réalisé en souvenir de ces quelques rencontres¹.

S'ajoutent encore à cette liste MM. J-M.Cheval et D. Winandy (Service public de Wallonie – Direction de la qualité), J. De Montpellier (ASBL Promotion de l'Orge de Brasserie), J-M. Velghe (Agriculteur) et Mmes. A. Beudelot et B. Henrotte (BioForum Wallonie).

Toute ma reconnaissance va également au Service Social Etudiant (SSE) de l'ULB et plus particulièrement à Mme Roselyne Laforge à qui j'ai eu l'honneur d'avoir affaire.

Enfin, pour exprimer la gratitude envers chacun qui m'aura permis et aidé à mener cette étude, cette aventure, jusqu'à son terme, j'adresse un immense remerciement collectif à toutes les personnes qui m'auront d'une manière ou d'une autre conseillé, écouté, lu et relu, ou finalement supporté à un moment particulier ou durant chaque instant de cette recherche.

¹ Les logos des brasseries et malterie proviennent des sites Internet des établissements qui ont fait l'objet de cette étude. [Drapeau belge : <http://www.happybeertime.com/blog/2013/06/08/les-belges-et-la-biere-en-chiffres/>]

Table des matières

RESUMÉ.....	p.1
<i>Remerciements.....</i>	p.2
Table des matières.....	p.3
Table des tableaux et graphiques.....	p.6
Table des encadrés.....	p.7
INTRODUCTION.....	p.8
<i>Objectifs de l'étude.....</i>	p.9
<i>Questions de recherche.....</i>	p.10
<i>Médias considérés pour l'enquête.....</i>	p.12
<i>De la complexité initiale de produire un récit historique à valeur scientifique.....</i>	p.13
<i>Faire de l'Histoire « par le bas ».....</i>	p.14
<i>Les limites d'une approche / un récit canonique « linéaire » et « positiviste ».....</i>	p.15
<i>Une démarche pluridisciplinaire à dominante sociologique.....</i>	p.17
<i>Connaître les raisons subjectives de l'action.....</i>	p.18
<i>Emprunts théoriques (notions clés).....</i>	p.19
La notion de « champ » chez Pierre Bourdieu.....	p.20
La notion de « monde » chez Howard S. Becker	p.20
La notion de lutte.....	p.23
<i>Des hommes pour (faire) parler l'entreprise.....</i>	p.24
<i>Réalisation des entretiens.....</i>	p.26
<i>Présentation des chapitres.....</i>	p.27
CHAPITRE I : TRADITION ET INNOVATION DANS L'EVOLUTION DES PRATIQUES BRASSICOLES (approche historique).....	p.29
<u>1. Le « tronc commun » de l'histoire brassicole européenne.....</u>	p.29
<u>2. Des événements marquants qui ont contribué à donner ses caractéristiques modernes à la bière.....</u>	p.31
2.1. Le remplacement du gruit par le houblon : l'influence des moines d'abbaye.....	p.31
2.2. Le Reinheitsgebot de 1516 à nos jours : l'influence de la régulation politique.....	p.34
2.3. « Les découvertes fondamentales » du XIXe siècle.....	p.38
2.3.1. <i>L'invention du froid industriel et l'avènement des bières de fermentation basse : l'influence des évolutions techniques.....</i>	p.39
2.3.2. <i>Louis Pasteur (1822-1895) et ses Etudes sur la bière : l'influence du scientifique.....</i>	p.41
3. <u>De la destruction créatrice en matière brassicole.....</u>	p.42
3.1. Le concept de « Destruction créatrice » chez Schumpeter... ..	p.42
3.2. ... pour penser l'apparition de la bière biologique ?	p.43

CHAPITRE II : PANORAMA DU PAYSAGE BRASSICOLE BELGE.....	p.46
1. <u>La bière : un symbole culturel fièrement affirmé.....</u>	p.46
2. <u>La bière belge en trois mots :, qualité, savoir-faire, diversité.....</u>	p.48
2.1. La qualité et le savoir-faire : mythe et réalités.....	p.49
2.1.1. <i>Qualité objectivement perçue.....</i>	p.49
2.1.2. <i>Qualité subjectivement défendue.....</i>	p.50
2.2. La diversité des bières belges.....	p.54
3. <u>Un paysage brassicole hétéroclite.....</u>	p.57
3.1. L'émergence de géants brassicoles.....	p.58
3.2. Le renouveau du paysage brassicole belge.....	p.59
3.2.1. <i>Le réengouement des Belges pour les bières spéciales : oui, mais lequel ?.....</i>	p.60
3.2.2. <i>Une (ré) augmentation du nombre de PME brassicoles.....</i>	p.61
4. <u>Un marché intérieur saturé qui pousse les PME brassicoles à exporter et innover..</u>	p.70
4.1. Exporter pour exister.....	p.71
4.2. Innover pour ouvrir de nouveaux marchés.....	p.82
 CHAPITRE III : LE MODE DE PRODUCTION BIOLOGIQUE : SES ENJEUX, DEFIS ET CONTRAINTES POUR LES PME DE LA FILIERE BRASSICOLE BELGE / WALLONNE.....	
1. <u>Le mode de production biologique.....</u>	p.85
1.1. Origines.....	p.85
1.2. Définitions, principes et objectifs.....	p.87
1.3. Cadres juridiques applicables en Union Européenne et en Belgique.....	p.89
1.4. Analyse critique du processus de certification biologique.....	p.90
2. <u>La bière biologique : un marché de niche pour les PME brassicoles ?.....</u>	p.95
2.1. De la complexité de situer la bière biologique.....	p.96
2.2. Bilan et apports des études sur les préférences des consommateurs de bière et d'aliments biologiques.....	p.98
2.3. Un produit au carrefour de la bière et du biologique.....	p.106
3. <u>Analyse du développement de la filière brassicole biologique wallonne.....</u>	p.110
3.1. Bilan et tendances.....	p.111
3.2. Défis et Contraintes pour les différentes catégories d'opérateurs.....	p.113
3.2.1. <i>Agriculteurs.....</i>	p.114
3.2.2. <i>Malteurs.....</i>	p.117
3.2.3. <i>Brasseurs.....</i>	p.119
3.3. Exemples et Perspectives futures pour la filière brassicole biologique wallonne.	p.120
3.3.1. <i>Exemples d'initiatives menées à l'étranger avec succès.....</i>	p.121

3.3.2. <i>Des projets à l'étude en Belgique</i>	p.123
CONCLUSION	p.126
Bibliographie	p.130
Principaux sites internet consultés	p.136
ANNEXES	p.138
Annexe I : Liste des entretiens effectués	p.138
Annexe II : Grille d'entretien « brasseries / brasseurs »	p.140
Annexe III : Grille d'entretien « malterie / malteur »	p.145
Annexe IV : Grille d'entretien « producteurs agricoles »	p.150
Annexe V : Le Reinheitsgebot de 1516	p.155
Annexe VI : La carte « The Belgian Beer Routes 2013-2014 » (Echelle réduite)	p.157
Annexe VII : « Projet d'expansion de la mise en marché de l'orge de brasserie biologique » (présenté lors de la Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie – 7 décembre 2010)	p.158
Annexe VIII : Inventaire des bières biologiques belges	p.160

Table des tableaux, graphiques et figures

Tableau 1 : <u>L'évolution des bières préférées des Belges entre 2005 et 2013.....</u>	p.60
Tableau 2 : <u>Créations de brasseries encore en activité (2014) par Provinces belges, par périodes de tempsG.....</u>	p.64
Graphique 1: <u>Créations de brasseries – encore en activité (2014) – en Belgique par périodes.....</u>	p.64
Tableau 3 : <u>Créations de brasseries encore en activité (2014) par Régions, par périodes de temps.....</u>	p.66
Graphique 2: <u>Nombre de brasseries créées par Région et par périodes.....</u>	p.66
Graphique 3: <u>Nombre de brasseries et parts par Région (2014.....</u>	p.66
Tableau 4 : <u>Créations de brasseries encore en activité (2014) par Provinces et par Régions, par périodes de temps.....</u>	p.67
Graphique 4: <u>Nombre et répartition des brasseries belges (2014) par Provinces.....</u>	p.67
Graphique 5: <u>Répartition (%) des brasseries belges (2014) par Provinces.....</u>	p.68
Graphique 6: <u>Créations de brasseries – encore en activité – par périodes en Flandre (%).....</u>	p.69
Graphique 7: <u>Créations de brasseries – encore en activité – par périodes en Wallonie (%).....</u>	p.69
Graphique 8: <u>Créations de brasseries – encore en activité – par périodes à Bruxelles (%).....</u>	p.69
Graphique 9: <u>Créations de brasseries – encore en activité – par périodes en Belgique (%).....</u>	p.69
Graphique 10: <u>Parts de brasseries créées par Provinces sur la période 1995-2013....</u>	p.70
Figure 1 : <u>Le secteur brassicole belge.....</u>	p.73
Figure 2 : <u>L'exportation de bières belges.....</u>	p.74

Table des encadrés

<i>Encadré 1</i> : La notion de champ social selon Bourdieu.....	p.20
<i>Encadré 2</i> : Compte-rendu de la décision de la Cour de justice européenne du 12 mars 1987.....	p.36
<i>Encadré 3</i> : Bières trappistes et bières d'abbaye(s).....	p.55
<i>Encadré 4</i> : De la difficulté d'établir une classification pertinente de la bière.....	p.96
<i>Encadré 5</i> : Un témoignage représentatif du point de vue de certains brasseurs enquêtés à l'égard de la bière biologique	p.104
<i>Encadré 6</i> : L'association « De la Terre à la Bière ».....	p.123

INTRODUCTION

L'idée de ce mémoire est née de la possibilité qui m'a été laissée dans le cadre du Master en Gestion de l'environnement de faire se rencontrer dans une même recherche deux centres de curiosité et d'intérêt : d'une part un attrait de longue date pour le patrimoine et la culture brassicole belge, et d'autre part une curiosité intellectuelle et « citoyenne » prononcée pour le *fait social* que constitue l'émergence et le développement du mode de production biologique. J'entends par là les multiples questions d'ordres agronomique, environnemental, économique, juridique, sociologique ou même philosophique que soulèvent la pratique de l'agriculture biologique, la transformation des denrées et, *in fine*, la consommation des produits obtenus selon ce mode de production. Autant de questions qui ont pour certaines d'entre elles déjà pu faire l'objet de recherches scientifiques et ont peu à peu conduit à une institutionnalisation de la pratique et de la pensée du phénomène « Bio ».

Loin toutefois encore d'être un véritable phénomène de masse, pour les consommateurs du XXIème siècle, du moins ceux des riches pays occidentaux, le phénomène semble néanmoins désormais presque incontournable, ne serait-ce que passivement. Un peu partout on voit apparaître des enseignes spécialisées dans les rues des villes, des villages, des rayons « bio » dans les grandes surfaces qui rassemblent toutes sortes de produits, et l'on vend même des aliments biologiques jusque dans certaines chaînes de fast-food. A cela s'ajoutent des publicités à la télévision, des débats à la radio, des articles dans la presse... Bref, qu'il y soit réfractaire ou bienveillant, chacun semble désormais plus ou moins en mesure de prononcer un avis et de se positionner devant ce qu'il entrevoit du phénomène, que ce discours s'accompagne ou non d'une « pratique ». « Trop cher ; sans intérêt ; truc de bobos » pour les uns, « plus sain ; plus respectueux de l'environnement, des agriculteurs, des animaux ; consommation alternative » pour les autres, les jugements de valeurs émis au gré des interactions de la vie quotidienne paraissent, à première vue, corroborer le principe cher à Pierre Bourdieu selon lequel les individus perçoivent le monde et s'expriment en fonction de la position sociale qui est la leur. Ainsi en adoptant un tel regard sociologique, le mode de production biologique et à sa suite les activités qui s'y rattachent peuvent apparaître en différents endroits comme des phénomènes sociaux clivant. On est pour ou on est contre ; il y a du pour, il y a du contre... Clivant socioéconomiquement, clivant culturellement ou sous-culturellement, clivant professionnellement, le mode de production biologique semble rassembler et diviser à la fois, rapprocher les uns en les distinguant plus ou moins des autres.

C'est en partant de tels constats ancrés dans le quotidien que, cherchant à lier motivation personnelle et curiosité intellectuelle dans la perspective d'entreprendre ce Mémoire de Fin d'études en immersion dans le « Pays de la bière », il m'est venu une première réflexion simple et presque tautologique : si des individus entreprennent de produire de la bière biologique, c'est que des raisons diverses les y conduisent et que, probablement, ils y trouvent toutes formes d'intérêts.

Tout l'enjeu restait alors de parvenir à rendre compte de quelles raisons et de quels intérêts.

Objectifs de l'étude

Les objectifs de notre démarche se sont révélés multiples, de même que les résultats théoriques et empiriques auxquels nous sommes parvenus :

La bière biologique n'ayant pas fait l'objet d'études antérieures qui auraient pu nous fournir certains jalons théoriques ou méthodologiques, l'un de nos objectifs fut de tenter de poser nous-mêmes ici certains éléments de compréhension théorique de l'objet étudié.

Nous avons ainsi cherché à **situer et définir sociohistoriquement la bière biologique parmi d'autres produits de la création brassicole.**

Une telle mise en perspective historique s'est révélée utile afin de **proposer une définition et une contextualisation de la bière biologique** qui, nous l'espérons, pourraient servir de bases à des études futures. La bière biologique apparaît de manière générale comme un produit contemporain d'apparition récente, largement occidental, qui répond aux codes et aux normes qui régissent le mode de production biologique et s'inscrit dans le panorama brassicole en tant qu'une déclinaison partiellement singulière de la bière.

Ce premier travail de définition et de contextualisation effectué, nous avons souhaité **rendre compte de l'engouement croissant constaté pour la bière biologique en Belgique.** Il nous a pour cela fallu **mieux connaître ce/ceux qui sous-tend(ent) au développement de ce phénomène et selon quelles logiques.** Dans cette optique, la démarche sociologique suivie nous aura ainsi permis d'obtenir, au moyen d'entretiens qualitatifs, un certain nombre d'éléments de réponse de la part d'acteurs impliqués dans le développement de la filière brassicole biologique, mais également dans la filière conventionnelle. L'approche qualitative menée ici s'est révélée pertinente dans la mesure où, devant un objet de recherche inexploré, ce type d'approche précède coutumièrement et ouvre la voie à de potentielles études quantitatives futures. Nous

avons ainsi pu **relever certaines opportunités mais aussi des contraintes qui se dressent pour développer la filière brassicole biologique wallonne.**

Enfin, « *last but not least* », l'un des objectifs de fond de ce travail aura été de **susciter l'intérêt et d'ouvrir, à notre niveau, la voie à une réflexion autour d'un objet de recherche** – la bière de façon générale, mais aussi sous ses déclinaisons particulières – qui jusqu'ici est resté largement inexploré par les Sciences Humaines et Sociales.

La bière biologique nous est apparue en ce sens comme un objet d'étude particulièrement intéressant dans la mesure où il invite à la fois à se laisser considérer dans ses différences à la bière conventionnelle et ce qui y à trait, mais aussi dans ses ressemblances. Au travers du prisme de la bière biologique, nous avons souhaité **mieux connaître le monde brassicole belge et rendre compte de certains principes de son fonctionnement**, et ainsi inscrire cette étude dans la lignée de celle des *mondes de l'art* commise par Howard S. Becker.

Par ailleurs, d'un point de vue personnel, l'un des objectifs de cette étude fut pour moi d'étendre mes connaissances relatives à la bière et au monde brassicole belges afin, d'une part de satisfaire à une curiosité poussée en la matière, mais également dans l'optique souhaitable mais plus incertaine de parvenir d'une manière ou d'une autre à valoriser celles-ci de façon professionnelle.

Questions de recherche

Le questionnement principal qui a en quelque sorte constitué le fil rouge de cette étude s'est articulé en deux temps, selon deux volets : dans un premier temps nous avons cherché, en adoptant un regard sociologique et au moyen d'entretiens qualitatifs, à comprendre quelles sont les différentes motivations, les « *drivers* » qui poussent individuellement des acteurs et les entreprises qu'ils dirigent ou représentent à s'engager plus en avant dans la filière brassicole biologique.

Forts de certains éléments découverts en cours d'étude et comme il ressortait une forme de cohérence entre les propos recueillis ainsi que de nombreux recoupements possibles de ceux-ci, un second volet de l'étude s'est alors orienté vers des aspects collectifs de l'organisation et du fonctionnement de la filière brassicole biologique en cours de constitution.

Ayant constaté que les conditions d'organisation et les lois qui régissent les marchés brassicoles semblent mener à un certain cloisonnement des acteurs les uns par rapport aux autres, nous nous sommes demandé comment et à quelles conditions les différentes parties prenantes

des filières brassicoles belges, et plus spécialement en Wallonie, pourraient davantage collaborer entre elles. Autrement dit : « Quelles sont les conditions et les obstacles de la constitution d'une filière brassicole plus intégrée (et intégrante pour toutes ses parties prenantes) en Belgique, et qu'en est-il plus particulièrement de la filière biologique ? »

Par « filière », nous entendons ici l'ensemble des réseaux d'acteurs dont les activités professionnelles respectives contribuent de façon complémentaire à permettre à un secteur d'activité d'exister. Pour l'exemple qui nous intéresse ici, le secteur d'activité de production brassicole biologique, nous considérerons les trois principaux types d'acteurs de la filière : les brasseries (en particulier les petites et moyennes entreprises (PME) brassicoles), les malteries et les producteurs agricoles qui fournissent à celles-ci (par l'intermédiaire courant de négociants-stockeurs²) les matières premières qu'elles traitent à destination des brasseries.

Un tel questionnement nous aura rapidement permis d'entrevoir qu'en dépit de spécificités propres aux filières conventionnelles et biologiques, les défis qui se posent pour parvenir à rapprocher les acteurs nationaux restent pour partie similaires dans chacune des deux filières. Cependant, si la filière conventionnelle, plus développée, apparaît grandement soumise aux lois qui régissent le marché mondial et individualisent, atomisent, les petits brasseurs belges tout comme les agriculteurs dans leurs pratiques, peut-être la toute jeune filière brassicole biologique offre-t-elle dans une certaine mesure encore aujourd'hui davantage de chances de s'affranchir quelque peu de la norme en se fondant sur un socle national solide, à condition toutefois peut-être de *vouloir* se donner les moyens collectifs pour.

Notre regard s'est donc porté simultanément sur certaines problématiques transversales aux deux filières. De par la jeunesse du secteur biologique d'une part, ainsi que d'autre part le nombre restreint d'acteurs clés présents en Belgique, la prise en compte conjointe, voire entrecroisée, de ces problématiques est nécessaire. En effet, nombre des acteurs (négociants-stockeurs, malteurs, brasseurs) qui participent ou contribuent au développement de la filière brassicole biologique, conservent également une activité, souvent prépondérante, au sein de la filière conventionnelle. Il apparaît donc indispensable pour mieux dévoiler la structure et les rouages de la filière biologique de disposer d'une bonne connaissance de la filière conventionnelle et de rendre compte du fonctionnement de certains de ses mécanismes. Cela se justifiera d'autant plus aisément ici du fait de l'inexistence à ce jour d'études conduites au sujet de la bière biologique.

² Les négociants-stockeurs exercent un rôle opérationnel intermédiaire dans la filière à mi-chemin entre les producteurs agricoles et les malteries, toutefois leur activité demeure plus secondaire dans le cadre de cette étude.

Médias considérés pour l'enquête

Une phase principale de lecture a classiquement été entreprise au départ de l'étude, complétée au fur et à mesure de la progression et des besoins par des lectures plus ponctuelles. Un obstacle qui s'est rapidement présenté en matière d'exploration bibliographique nous a néanmoins conduit à nous orienter vers une approche davantage empirique que théorique. Celui-ci réside dans le fait que, toutes disciplines scientifiques confondues ou presque et en particulier en Sciences Humaines, il existe relativement peu d'ouvrages ou de publications récentes sur la bière, et encore moins sur la production brassicole biologique (belge ou non). En comparaison, les publications traitant du vin biologique sont nettement plus nombreuses à ce jour. Il aura par conséquent été impossible de pouvoir s'appuyer réellement sur un corpus scientifique établi et reconnu qui traite de façon centrale de l'objet étudié. En conséquence il a fallu élargir le champ de recherche bibliographique au « phénomène biologique » considéré plus généralement, ou encore, lorsque cela s'est avéré possible et pertinent, prendre appui sur des ouvrages « grand public » relatifs à la bière, dans lesquels nous avons parfois pu trouver certaines informations relatives à l'un ou l'autre des aspects du sujet. Toutefois, là encore les ouvrages grand public traitant en propre de la bière biologique sont, à notre connaissance, inexistant à ce jour, à la différence de ceux entièrement consacrés au(x) vin(s) biologique(s).

Nous avons donc essentiellement eu recours à des sources primaires « classiques » (documents d'archive administratifs, juridiques, littéraires, articles de journaux, sites internet « professionnels » d'entreprises de la filière brassicole, sources iconographiques, etc.). Nous pouvons également citer parmi les sources primaires des enregistrements sonores (entretiens personnels, reportages radio) ou vidéos (reportages TV, internet). On trouvera aussi un foisonnement de sources secondaires au travers des rares études historiques existantes d'une part, mais surtout de la pléthore de sites web et d'ouvrages grand public qui traitent de la bière d'autre part. Ces derniers présentent néanmoins, pour la plupart, un certain nombre de limites dans la perspective scientifique qui est la nôtre.

Le recours à ces différentes sources, notamment celles qui relèvent de la communication directe et publique des entreprises ciblées (via leurs propres sites internet le plus souvent, ou des articles de journaux) aura eu l'avantage dans certains cas de permettre de déceler des écarts intéressants, des omissions ou des « erreurs » entre un propos recueilli ici ou là et une réalité vérifiable par ailleurs. Nous aurons ainsi à plusieurs reprises relevé des divergences ou des

contradictions entre la « réalité » contenue dans les propos recueillis durant les entretiens menés et celle que sont supposés présenter ces sites à finalité publicitaire ou commerciale.

De la complexité initiale de produire un récit historique à valeur scientifique

A l'entame d'une étude qui s'apprête à considérer la bière biologique comme un objet en partie atypique, (en partie seulement car apparaissant comme une déclinaison particulière d'un produit existant sous d'autres formes), il semble intéressant de commencer par poser un regard sur la démarche historiciste³ ainsi que sur la littérature parcourue pour cette partie. Nous tenterons alors à notre tour de proposer l'entame d'une lecture historique qui envisage l'histoire de la bière de façon non rationalisée à la bière elle-même, mais qui la considère avant tout dans sa dimension sociale, comme un véritable objet sociologique.

La façon de faire de l'Histoire est une question débattue par ses spécialistes, depuis notamment que l'Ecole des Annales a révélé au début du XXème siècle l'intérêt de l'historiographie. L'une des questions centrales porte sur la façon de la raconter. Dans les années 1970, des auteurs tels que Jacques Le Goff et Pierre Nora⁴ ou Michel de Certeau⁵ se sont notamment penchés sur ces questions. L'un des principaux apports de tous ces auteurs tient en pratique à ce qu'ils invitent l'historien placé devant tout objet, pour lui permettre de prendre un certain recul sur sa démarche, à se poser des questions d'apparence simple mais élémentaires telles que : qui / quoi / comment / pourquoi ?

- Qui ? Qui crée, qui « est » et qui fait d'abord l'Histoire ? Puis qui la retrace ensuite, qu'est-ce qui définit un historien ?
- Quoi ? De quoi est faite l'Histoire, et que relater ?
- Comment ? Comment faire de l'Histoire une discipline scientifique, comment raconter l'Histoire de façon scientifique ?
- Pourquoi ? Pourquoi raconter, ou autrement dit quels sont les enjeux de la connaissance historique ?

Les deux premières questions portent à la fois sur l'essence de la discipline au travers de la définition du fait historique en lui-même et de la position de l'historien devant ces faits, tandis

³ « Historicisme : (1°) Etude des objets, des événements dans leurs liaisons avec les conditions historiques. » S.N.L. Dictionnaire Le Robert, *Petit Robert 1, Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris : S.N.L. Dictionnaire Le Robert, 1984, 1 vol., 2208 p.

⁴ LE GOFF, Jacques, NORA, Pierre, (Dir.) *Faire de l'histoire. Nouveaux problèmes, nouvelles approches, nouveaux objets.*, Paris : Gallimard, coll. « Folio », 2011 (1^{ère}éd. 1974), 1008 p.

⁵ DE CERTEAU, Michel, *L'écriture de l'histoire*, Paris : Gallimard, coll. « Folio », 2002 (1^{ère} éd. 1975), 528 p.

que les deux suivantes interrogent exclusivement l'approche méthodologique et la définition d'une posture historiographique. Ces questions, en soulevant certains présupposés ou en appelant à se positionner face à des jugements de valeur, permettent ainsi de mesurer la complexité « initiale » de penser l'Histoire et de la mettre en récit.

Dans l'ouvrage *Comment on écrit l'histoire* (1971), qui a fait date en épistémologie⁶, Paul Veyne a lui aussi tenté de répondre à ces questions en insistant sur la notion d'« énigme ». Selon lui, la démarche historique ne doit pas tant prétendre à relater une suite d'événements à visée exhaustive, que consister en une interprétation d'un fait, guidée par les questions qu'on lui pose. La question centrale est donc l'énigme, sorte de problématique en fonction de laquelle on ne va pas regarder ni retenir les mêmes éléments, mais opérer une sélection.

Faire de l'Histoire « par le bas »

Il est plutôt bien admis des historiens que l'Histoire la plus ancienne, du moins celle qui nous est parvenue jusqu'ici depuis que l'on commença de l'écrire pour elle même, le fut le plus souvent par et pour ceux qui détenaient les moyens d'écriture, d'archivage, et d'autres formes de pouvoir. En d'autres termes, l'Histoire rapportée fut pendant longtemps celle des vainqueurs, ne laissant que peu de place dans ces versions aux vaincus, aux contestataires ou aux dissidents de tous ordres, si ce n'est pour mieux encore rendre raison aux vainqueurs.

Il semble qu'encore bien souvent ce soit du côté des vainqueurs que s'oriente le récit historique. Néanmoins certains historiens, à contre courant de cette tendance, semblent se préoccuper davantage du cas des vaincus et des dominés en s'intéressant également aux empreintes et témoignages que ces derniers (de l'Histoire) ont pu laisser. De cette façon ils rapportent en quelque sorte ce que l'on pourrait nommer une Histoire « par le bas ». On pourra trouver un exemple de cette démarche chez Howard Zinn, qui, en recueillant la parole ou les traces écrites des plus modestes, réalise dans un ouvrage resté célèbre⁷ une critique actée de cette « histoire des vainqueurs ». La façon de créer ou de recréer l'Histoire n'est ainsi plus unique, univoque, ni unilatérale. Elle semble devenue davantage plurielle.

Ceci étant, on pourra néanmoins admettre que, dans son temps long, l'Histoire de la bière telle qu'elle nous est parvenue et qu'on la retient n'aura pas échappé à ce « réflexe » suivant lequel on accorde davantage de crédit aux victoires et réussites et l'on oublie ou minimise les erreurs et

⁶ VEYNE, Paul, *Comment on écrit l'histoire. Essai d'épistémologie*, Paris : Seuil, coll. « Points », 1996 (1^{ère} éd. 1971), 438 p.

⁷ ZINN, Howard, COTTON Frédéric (Trad.), *Une histoire populaire de Etats-Unis. De 1492 à nos jours*, Marseille : Agone, 2002, 812 p.

les échecs. D'où, peut-être, le fait que cette histoire se soit trop souvent vue lissée dans une trajectoire linéaire et positiviste : par manque de sources plurielles et/ou contradictoires qui auraient pu rendre grâce aux erreurs du temps.

Les limites d'une approche / un récit canonique « linéaire » et « positiviste »

Ces premières réflexions nous amènent à formuler ici une remarque générale quant à la façon dont est narrée l'histoire de la bière dans un certain nombre des ouvrages plus ou moins grand public qui s'y consacrent et que nous avons parcourus : les données contenues dans ces ouvrages (de même que, çà et là, sur des sites internet plus ou moins spécialisés), pour informatives qu'elles puissent être, semblent la plupart du temps dénuées ou détachées de toute problématisation spécifique ou à caractère scientifique. Certains auteurs semblent ainsi se contenter, pour retracer l'Histoire, de remonter à grands sauts un fil conducteur temporel, n'offrant alors dans leurs ouvrages qu'un enchaînement (trop) linéaire et une lecture positiviste des faits historiques.

Par « linéaire », nous entendons en quelque sorte un résumé chronologique qui ne fait que peu de cas des aspérités ou des rythmes de l'histoire, mais qui l'inscrit plutôt dans une trajectoire de développement continu, sans « retours en arrière ». Une chronologie qui, représentée de la façon la plus simple qui soit, se verrait « naturellement » appliquée sur une frise temporelle horizontale, où seraient disposées indifféremment, côté à côté, page à page, des périodes ou des événements de durée ou d'importance relative différentes. On tend ainsi à proposer une vision globalisante et universalisante qui ne retient guère les particularismes des lieux et des époques.

Par « positiviste » nous ne faisons pas ici référence aux courants de pensée, mais l'on prête au terme une acception plus commune pour compléter l'idée que l'histoire semble compilée dans un sens qui, en les gommant systématiquement, ne laisse pas de place aux tentatives, aux cafouillages, aux bricolages, aux expériences ratées, aux erreurs au sens large. Un positivisme qui décrit et traduit ce qui relève en fait d'une vision « positivante » du temps et des événements. Les auteurs se livrent dès lors trop souvent à un exercice de « rationalisation⁸ » de l'histoire. L'histoire brassicole serait ainsi inéluctablement arrivée là où elle en est aujourd'hui par la simple addition de faits et d'événements devant y conduire. Or il nous semble pour notre part que les termes de l'équation ne devraient pas ne comporter que des « + », mais que si l'histoire se

⁸ La rationalisation évoque en sociologie l'idée selon laquelle (par exemple lors d'un entretien biographique en tant que situation qui amène l'individu à – se – livrer en paroles) les individus ont tendance *a posteriori* à s'attacher à mettre en cohérence des faits qui *a priori* n'en présentaient pas pour présenter (à l'enquêteur) leur histoire de vie de sorte qu'elle paraisse *sensée*. Voir notamment, pour approfondir ce point et sur le cas des mises en récit biographiques, l'article de Pierre Bourdieu : BOURDIEU, Pierre, 1986, « L'illusion biographique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 62-63, 1986, pp. 69-72.

pouvait être écrite sous cette forme, l'opération mériterait au moins d'être complexifiée par d'autres signes mathématiques.

Les faits apparaissent alors généralement dépouillés ou presque de toute contextualisation sociohistorique, et par là même comme artificiellement compilés les uns aux autres. En se focalisant seulement sur un produit bière « générique », qui a su traverser autant de siècles, d'époques et de sociétés, on occulte à quel point la diversité des produits que recouvre ce nom commun a évolué, et bien plus encore à quel point les conditions et les enjeux de sa production ont également évolué. Or, la bière est en définitive bien plus qu'un liquide auquel on prêterait de multiples vertus, tout comme il en va de même pour le vin ou le pain, de même que pour tous les produits alimentaires que nous consommons usuellement et depuis des siècles. Ces derniers apparaissent en effet à la fois comme des artefacts et comme une résultante, à chaque époque, d'un état technique, d'un univers culturel et social, mais aussi d'un certain ordre politique et économique⁹. De fait, nous produisons et consommons notre époque. Ainsi la bière ne coule pas de soi, mais ce sont bien des humains, des êtres situés historiquement, géographiquement, socialement, idéologiquement, etc., qui la font couler. Cependant, passée l'explication simpliste d'un certain sens de la convivialité bon enfant qui aurait conduit à en perpétuer la fabrication et l'usage, on oublie trop souvent dans nombre d'ouvrages, l'histoire des individus qui l'ont réellement produite et les raisons intimes comme les enjeux marchands qui les y ont menés, pour ne s'en tenir qu'aux faits les plus simples.

En outre, bien que parmi ces ouvrages certains adoptent fréquemment une structure analogue qui laisse peu de place à l'originalité, on relèvera cependant ça et là dans les ouvrages grand public, au détour d'un paragraphe ou d'un encadré, quelques faits et/ou chiffres intéressants lorsque ceux-ci sont suffisamment renseignés. Un ouvrage s'est ainsi révélé d'un intérêt précieux dans le cadre de cette étude : *La Belgique par la bière, la bière par la Belgique*, d'Annie Perrier-Robert et Charles Fontaine¹⁰, tant par sa forme littéraire que par son contenu historique étoffé, qui ont offert une perspective intéressante pour contextualiser notre objet d'étude. Nous regretterons cependant la parution relativement ancienne de l'ouvrage eu égard à l'expansion récente du marché de la bière biologique, qui n'aura pas permis de pouvoir y appréhender le phénomène dans sa dynamique.

⁹ Remarquons que si cela est tout aussi valable pour les produits alimentaires « non transformés », tel que par exemple aujourd'hui un concombre conventionnel, un épi de maïs génétiquement modifié ou une tomate certifiée biologique, cela peut sembler d'autant plus visible dans le cas des produits transformés.

¹⁰ PERRIER-ROBERT, Annie, FONTAINE, Charles, *La Belgique par la bière, la bière par la Belgique*, Luxembourg : Schortgen, 1996, 190 p.

Signalons toutefois à la décharge de tous les auteurs¹¹ dont il est ici question que, malgré ces quelques critiques, loin de mettre en doute leurs compétences rédactionnelles, leur tâche ne fut pour leur part pas de réaliser une étude à caractère scientifique, et que par ailleurs certains d'entre eux ont probablement été confrontés au cours de leurs recherches à des difficultés d'accès aux sources analogues aux nôtres. Nous regretterons à nouveau en ce sens que trop rares soient les études historiques ou sociologiques qui aient véritablement cherché à poser un regard scientifique critique sur ce terrain, soit au travers d'une difficile tentative d'approche macroscopique, soit au travers d'une constellation d'études microscopiques.

Une démarche pluridisciplinaire à dominante sociologique

Nous avons pour effectuer cette étude cherché à adopter une approche disciplinaire adaptée aux réalités de l'objet étudié et du terrain : réalités théoriques d'une part, et réalités empiriques d'autre part. Il s'est donc avéré nécessaire pour concevoir l'approche du terrain sous un angle sociologique et développer les quelques outils méthodologiques pour s'y rendre, de se référer, en différents moments de la recherche, aux manuels méthodologiques des auteurs Mace et Pétry¹² (2004) et de Quivy et Van Campenhoudt¹³ (2006). Aussi complets et accessibles qu'ils soient, ces ouvrages, conçus comme des guides pour les étudiants et chercheurs en Sciences Sociales, n'ont cependant pas pour vocation d'être suivis au pied de la lettre, mais plutôt de constituer une base à partir de laquelle s'orienter, la plupart des études de terrain requérant dans leur conduite un certain nombre d'adaptations « sur le tas ».

La présente recherche a dès le départ été conçue puis menée comme un projet d'étude sociologique qualitative : celle du « monde¹⁴ » brassicole wallon, et plus spécialement des acteurs de la filière biologique, qui bien souvent se trouvent être les mêmes que ceux de la filière conventionnelle. Il n'existe en effet à notre connaissance en Belgique à ce jour que deux

¹¹ Auteurs que nous avons qualifié ici de « grand public » pour opérer une simple distinction d'avec ce qui relève de la littérature scientifique, sans que ce terme ne doive apparaître comme péjoratif.

¹² MACE, Gordon, PETRY, François, *Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales*, Québec : Les Presses de l'Université de Laval, 2004 (3^{ème} éd.), 134p.

¹³ QUIVY, Raymond, VAN CAMPENHOUDT, Luc, *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris : Dunod, 2006 (3^{ème} éd.), 256p.

¹⁴ Nous faisons ici référence au concept d'Howard Becker, sociologue interactionniste de l'École de Chicago, que nous définirons et réévoquerons à la suite et que lui-même développe dans l'ouvrage : BECKER, Howard S., *Les Mondes de l'art*, Paris : Flammarion, 2010 (rééd.), 382p. (trad. de *Arts World*, 1982, University of California Press).

microbrasseries dont les gammes proposées soient exclusivement biologique¹⁵, et aucune malterie. Par ailleurs, si le cœur de la présente étude se base sur la démarche et la méthode sociologiques, il aura fréquemment fallu élargir l'horizon à certaines recherches conduites en plusieurs disciplines, notamment l'Histoire ainsi que nous l'avons déjà signalé, mais aussi à l'agronomie au sens large, afin de mieux cerner les problématiques et enjeux divers qui sous-tendent les filières brassicoles conventionnelles et biologiques.

L'étude aura été menée en deux temps et conçue de sorte à articuler un travail de lecture et de construction théorique quelque peu distancé de l'objet « bière biologique », envisageant l'univers brassicole de façon plus large et sous différents angles, à un travail d'enquête de terrain plus ciblé, se centrant davantage sur la bière biologique. Le premier temps fut ainsi destiné au positionnement théorique de notre objet dans un cadre historique et sociologique général, en tant qu'un objet brassicole parmi un certain nombre d'autres ; le second temps ayant été quant à lui destiné à cerner de plus près les particularités de cet objet dans une approche plus empirique.

Connaître les raisons subjectives de l'action

Etant donné l'apparition encore relativement récente du phénomène considéré, et plus encore sa diffusion économique et sociale, la sociologie constitue une porte d'entrée disciplinaire pertinente pour appréhender un champ d'étude peu parcouru. La démarche sociologique permet en effet dans un premier temps en suivant une approche qualitative, de parvenir déjà à une certaine connaissance des individus et de ce qui fait sens pour eux dans leurs actions, leurs démarches, leurs entreprises. Autrement dit, la sociologie qualitative permet de faire le lien entre les raisons subjectives de l'action et leur manifestation objective. En donnant la parole aux individus, l'entretien qualitatif leur permet, comme l'a souligné Jacques Hamel citant un propos de Pierre Bourdieu, en les plaçant dans une situation inédite de *réflexivité* sur eux-mêmes, d'exprimer une position, une opinion, un état de fait, etc. Il appartient ensuite au sociologue enquêteur ou à l'étudiant de faire parler les propos recueillis en les analysant pour tenter de révéler une réalité objectivée :

« [...] l'enquête peut s'objectiver en prenant conscience de sa position sociale que lui reflète l'enquêteur. L'entretien conçu dans cette veine revêt donc une valeur réflexive puisque si l'enquêteur fait preuve d'objectivité en

¹⁵ Il s'agit des microbrasseries « De Plukker » et « Jessenhôfke », cette dernière proposant une gamme entièrement biologique mais faisant toutefois encore réaliser l'essentiel de sa production par « De Proefbrouwerij », un établissement spécialisé dans le brassage pour des tiers, biologique mais également conventionnel.

percevant dans l'interlocuteur sa position sociale, par ricochet, l'enquêté peut saisir la sienne puisqu'elle se trouve réfléchi par l'enquêteur qui lui apprend à la décoder sur le vif.»¹⁶

« [...] Bourdieu souligne à cet égard que « les enquêtés [...] semblent saisir cette situation [l'entretien sociologique] comme une occasion exceptionnelle qui leur est offerte de témoigner, (...) de s'expliquer, au sens le plus complet du terme, c'est-à-dire de construire leur point de vue sur eux-mêmes et sur le monde et de rendre manifeste le point, à l'intérieur de ce monde, à partir duquel ils se voient eux-mêmes et voient le monde, et deviennent compréhensibles, justifiés, et d'abord pour eux-mêmes.¹⁷ » »

En ce sens, si l'un de nos objectifs est de parvenir à mieux faire comprendre comment et pourquoi la filière brassicole biologique se développe aujourd'hui de la sorte, l'enquête sociologique qualitative se justifie et trouve son intérêt en laissant une place dans l'analyse aux représentations et aux raisons d'agir des acteurs mêmes. En livrant une connaissance plus « intérieure » et subjective des raisons d'agir de certains acteurs de la filière d'activité brassicole, nous tentons en définitive de parvenir à une perception plus globale et systématisante du phénomène étudié qui rattache collectivement ces acteurs à un « champ » ou à un « monde » singulier. Nous espérons, en mobilisant ainsi de tels concepts, pouvoir contourner un certain manque de données quantitatives, qui elles-mêmes auraient par ailleurs pu contribuer à enrichir la perception systémique du phénomène.

Par ailleurs, étant donné la nature délicate et souvent infructueuse de la démarche pour l'étudiant qui cherche à obtenir des données chiffrées concernant des sociétés ou entreprises privées, l'approche qualitative est là aussi apparue d'autant plus propice qu'en termes de faisabilité d'une telle étude il s'est avéré bien plus aisé de se procurer des rendez-vous pour effectuer des entretiens enregistrés sur fichiers audio que des rapports ou bilans d'activité détaillés au terme de ces rencontres... Ceci constitue l'une des limites auxquelles nous nous sommes trouvés confrontés.

Emprunts théoriques (notions clés)

Notre positionnement théorique s'est principalement établi autour de quelques notions clés empruntées chez quelques auteurs. Celles-ci se révéleront utiles à la compréhension du phénomène étudié tout au long de ce travail, tant dans l'approche théorique que nous soutenons que dans ce que nous avons pu en retirer sur le plan empirique.

¹⁶ HAMEL, Jacques, « De la nature réflexive de la sociologie et de la disparition de son objet », *Revue européenne des sciences sociales*, Tome XLV, 2007, N° 139, p. 51.

¹⁷ BOURDIEU, Pierre (dir.), *La misère du monde*, Paris : Seuil, 1993, p. 915. Cité dans : HAMEL, Jacques, « De la nature réflexive de la sociologie et de la disparition de son objet », *Revue européenne des sciences sociales*, Tome XLV, 2007, N° 139, p. 52.

➤ La notion de « champ » chez Pierre Bourdieu :

Cette notion centrale dans la sociologie de Pierre Bourdieu se révèle utile dans la mesure où elle fournit des jalons conceptuels desquels nous pouvons tirer un principe de lecture théorique pour appréhender et comprendre certaines dynamiques de l'univers brassicole belge. Elle nous permet notamment de mettre en lumière l'idée de luttes et de rapports de force qui structurent de façon dynamique les différents champs sociaux, contribuant ainsi à leur évolution.

Encadré 1: La notion de champ social selon Bourdieu

- 1 – Un champ est un espace structuré – et donc hiérarchisé – de positions ou de postes dont les caractéristiques sont relativement indépendantes de leurs occupants.
- 2 – Chaque champ se définit par des enjeux et des intérêts spécifiques irréductibles à ceux d'un autre champ : ce qui fait courir un scientifique n'est pas ce qui fait courir un homme d'affaires ou un ecclésiastique.
- 3 – Un champ implique également la détention ou la constitution d'un capital propre à celui-ci. Détenir un fort capital économique est essentiel dans le champ des affaires mais totalement incongru dans le champ scientifiques où le capital pertinent est d'une autre nature : une thèse, des publications de haut niveau, une reconnaissance internationale, etc.
- 4 – Un champ nécessite que des agents sociaux dotés de dispositions appropriées – ce que Bourdieu appelle « habitus » - s'investissent en son sein, ce qui suppose de connaître les règles du jeu du champ considéré.
- 5 – La structure d'un champ est le résultat, à un temps *t*, d'un rapport de force entre des agents ou des institutions occupant des positions différentes.
- 6 – Un champ est aussi un espace dynamique dans lequel se jouent des luttes pour conserver ou subvertir l'état des rapports de force : occuper les positions dominantes, stabiliser des positions instables, faire reconnaître des positions situées aux frontières du champ, en disqualifier d'autres, etc. Ces luttes participent à l'évolution de la structure du champ. Des disciplines comme l'homéopathie ou l'acupuncture, qui ont longtemps été aux marges du champ médical, sont aujourd'hui, parvenues à se faire reconnaître et à l'intégrer.
- 7 – Un champ n'est pas un espace fermé. En particulier, les frontières du champ constituent un enjeu permanent de luttes entre les agents ou les organisations qui le constituent. L'exemple du champ médical que l'on vient d'évoquer illustre pleinement cette caractéristique.
- 8 – Enfin, au sein d'un champ, la lutte à laquelle se livrent les tenants des différentes positions présuppose un accord fondamental sur l'intérêt même de lutter.

Source : LAFAYE, Claudette, *Sociologie des organisations*, Paris : Nathan, 1996, 128 p.¹⁸

➤ La notion de « mondes » (de l'art) chez Howard S. Becker :

Dans son ouvrage *Les Mondes de l'art (Art worlds)*, Howard Becker a développé la notion de « monde » pour définir « Le réseau de tous ceux dont les activités, coordonnées grâce à une connaissance

¹⁸ Pour approfondir sur cette notion, nous invitons à se reporter à l'article de Pierre Bourdieu : BOURDIEU, Pierre, « Quelques propriétés des champs », *Questions de sociologie*, Paris : Éditions de Minuit, 1984b, pp. 113-120.

commune des moyens conventionnels de travail, concourent à la production des œuvres [qui font précisément la notoriété des mondes de l'art].¹⁹ »

Selon Pierre-Jean Benghozi, de cette façon Howard Becker :

« montre que la production artistique se présente, au premier chef, comme le résultat d'une interaction constante entre l' « Artiste », ses pairs, son public, ses critiques, ses collaborateurs, ses techniques, ses diffuseurs, ses commanditaires, etc. Becker insiste dans le même temps sur la façon dont ces interactions se pérennisent dans des réseaux, se construisent autour de conventions et font progressivement effet de système dans ce que l'auteur appelle des « mondes de l'art ». Il montre que la dimension collective de la création et de la diffusion d'œuvres d'art naît, d'une part, du partage des mêmes valeurs et des mêmes conventions et donc de l'appartenance commune à un même « monde vécu », et se trouve réalisée, d'autre part, dans les interactions qui se développent entre les individus.

[...]

Le concept de monde de l'art permet à Becker de mettre en évidence des sous-systèmes sociaux quasi autonomes dans lesquels les interactions entre individus sont stabilisées en des réseaux intégrés qui perdurent en assurant la conservation de leurs normes, l'adaptation à l'environnement, la réalisation de buts communs, l'intégration des professionnels.²⁰ »

En analysant ces propos et en réutilisant la terminologie de l'auteur, nous pouvons à notre tour établir un cadre théorique intéressant pour penser notre objet.

En effet, les « sous-systèmes sociaux quasi-autonomes » du monde brassicole peuvent se définir comme les catégories principales d'acteurs qui s'y rencontrent, elles mêmes déterminées par la nature des activités exercées par les acteurs. Nous pouvons ainsi retenir pour cette étude trois sous-systèmes principaux répondant à leur propre logique mais dont les activités apparaissent complémentaires pour faire exister la filière brassicole : les sous-systèmes *brasserie / malterie / production(s) agricole(s)*²¹.

Les « réseaux intégrés » s'objectivent au travers des relations qui ont cours entre les membres des différents sous-systèmes, autrement dit l'ensemble des liens directs et indirects, en amont et en aval, entre les sous-systèmes de la filière brassicole.

Ces relations peuvent s'ordonner schématiquement de différentes façons en fonction des analyses à conduire. Par exemple :

- « Producteurs agricoles → Malterie → Brasseries »

Ici nous supposons des relations de type « bottom-up », ou encore une relation de type aval-amont. L'accent est ici placé sur l'Offre. Ce type d'approche se prête à une analyse du monde

¹⁹ BECKER, Howard S., 2010, *Op. cit.*, p.22.

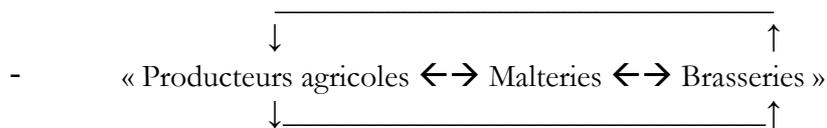
²⁰ BENGHOZI, Pierre-Jean, « Becker Howard S., Les Mondes de l'art », *Revue Française de Sociologie*, 1990, 31-1, p.133.

²¹ Un quatrième sous-système pourrait être considéré qui est celui des négociants-stockeurs, néanmoins leur rôle apparaît de moindre importance pour cette étude car il consiste essentiellement en un rôle d'intermédiaire n'ayant que peu d'influence sur les autres sous-systèmes.

brassicole du point de vue des producteurs agricoles qui « poussent » les matières premières via les différents sous-systèmes jusqu'aux brasseurs.

- « Brasseries ← Malterie ← Producteurs agricoles »

Ce cas est en quelque sorte l'opposé du précédent. Il suppose des relations en « top-down », ou de type amont-aval, pour lesquels la Demande prime. Ce type d'approche se prête donc davantage à une analyse du point de vue des brasseurs qui « tirent » jusqu'à eux les matières premières ; cela suppose la prépondérance de leur influence dans l'ordonnement de la filière.



Ce troisième schéma présente les relations au sein de la filière de façon moins déterminée et plus exhaustive. Il met en évidence les échanges directs et indirects qui s'opèrent réciproquement entre les différents sous-systèmes. Ce faisant, il permet notamment de mettre en lumière l'importance du rôle intermédiaire joué par les malteries, de même que l'influence directe que peuvent exercer les brasseries sur les producteurs agricoles et inversement.

La « réalisation de buts communs » aux acteurs des différents sous-systèmes se retrouve ici dans le fait de 1/ produire (en général)... ; 2/... de la bière (en particulier), au travers d'activités distinctes et complémentaires. En effet, pour faire de la bière :

- les Producteurs agricoles ont pour rôle de produire des matières premières (céréales, houblon, ...) qui serviront le but de la fabrication de bière ;
- les Malteries ont pour rôle de transformer une partie de la matière première en malt, servant à leur tour le but commun ;
- les Brasseries ont pour rôle de fabriquer la bière en elle-même, concrétisant ainsi le but commun grâce au concours indispensable des autres types d'acteurs.

Remarquons néanmoins que, tout communs qu'ils puissent apparaître (produire – de la bière), les buts, intérêts et contraintes au sein des mondes de la bière belge n'en restent pas moins divergents entre les différents sous-systèmes, de même qu'à l'intérieur de ces derniers et que ces mondes sont à même d'évoluer dans le temps. Par conséquent, selon Benghozi :

« Les mondes de l'art n'ont qu'une « fonctionnalité locale ou limitée » et leur structure n'est pas déterminée a priori.²² »

²² BENGHOZI, Pierre-Jean, 1990, *Op cit.*, p.133.

Nous pouvons cependant retenir l'idée que, comme en matière d'art²³, pour produire de la bière il existe toute une chaîne d'interaction nécessaire entre plusieurs catégories d'individus. Nous porterons alors une attention continue au cours de cette étude à toute forme d'influence d'une catégorie d'acteurs sur une autre.

Nous relèverons ainsi dans notre approche de l'évolution des pratiques brassicoles, des éléments qui s'appuyant sur certaines évolutions majeures tendent à démontrer que les évolutions ne se sont pas imposées d'elles-mêmes mais qu'elles se rattachent forcément à un contexte et à un ordre social, à une organisation spatio-temporelle de l'activité brassicole. L'approche au moyen de plusieurs disciplines des Sciences Humaines telles que l'Histoire et la Sociologie se révélera en cela des plus pertinentes pour rendre compte qualitativement de l'évolution des pratiques et des traditions brassicoles.

Nous nous intéresserons donc tout au long de cette étude à l'action d'individus, ou de groupes d'individus qui de par leurs activités, sont plus ou moins directement impliqués dans la production et la régulation de l'activité brassicole, et qui ensemble contribuent à façonner le produit bière sous une forme originale.

Outre l'attrait analytique qui consiste à envisager toute activité, tout monde professionnel, aussi peu conventionnels soient-ils (l'art, le sport de haut niveau, la brasserie, ...) sous la forme d'une chaîne d'interactions déployée en vue d'une finalité particulière (la production d'œuvres, la performance sportive, la confection de bières), suivant la logique de l'auteur, parler du monde brassicole belge permettrait donc également d'illustrer plus généralement certains phénomènes sociaux à l'œuvre, tel par exemple l'extension du marché des produits certifiés biologiques,

➤ La notion de lutte(s) appliquée à l'histoire brassicole

L'Histoire de la bière n'apparaît pas spontanément comme celle d'une lutte de classes au sens où Marx la définit, car elle n'oppose pas nécessairement en permanence et de façon dichotomique un groupe dominé à un groupe dominant, ni n'appelle *a priori* dans sa marche à de quelconques révolutions. Mais de cette approche de l'Histoire, tout comme de la pensée

²³ Howard Becker donne dans son ouvrage l'exemple du peintre qui pour réaliser ses œuvres doit le plus fréquemment avoir recours en amont à de nombreux types d'artisans (ou industries) qui lui permettent de pouvoir exercer son art : celui qui fabrique les pinceaux ; celui qui fabrique les toiles sur lesquelles il pourra peindre ; celui qui produit les pigments de couleur, les chevalets ; etc., à moins qu'il n'accomplisse lui-même chacune des opérations nécessaires.

bourdivine du monde social, nous pouvons retirer de l'idée de « lutte(s) » une notion qui permet une problématisation stimulante et ouvre la voie à une lecture sociohistorique originale de l'évolution de la production brassicole au fil du temps. Celle-ci peut alors s'envisager comme le produit, en différents moments, d'une lutte à l'intérieur d'un même monde, d'un même champ, entre un pôle « conservateur » d'un côté et un pôle « innovateur » de l'autre. L'histoire de la bière pourrait donc en quelque sorte s'envisager comme une histoire pour partie conflictuelle, où le conservatisme semblerait faire loi jusqu'à ce qu'une innovation ne vienne la révolutionner plus ou moins, au fil du temps, du mélange des cultures, des traditions, des positionnements marketing, etc. Dans cette optique, la bière biologique apparaît alors comme une nouvelle étape, un *nouvel avatar* de cette longue histoire qui pour partie en reproduit les logiques, et pour partie les décline de façon particulière.

Appliquée à notre objet, cette notion permettra dans un premier temps de proposer une lecture dynamique de l'histoire brassicole longue qui oppose de façon analytique des groupes d'individus se disputant des intérêts communs ou divergents ; ici notamment des parts de marché. Concrètement cela permet de situer – dans le temps et dans l'espace – des groupes aux attributs, aux pratiques et/ou aux intérêts individuels comparables, mais qui ne s'organisent pas nécessairement de façon collective pour les défendre.

Ainsi serons-nous amené à reconsidérer la lutte qui oppose les PME brassicoles belges à des géants industriels sur le marché national, ou encore celle – moins frontale – qui met aux prises les modes de production conventionnel et biologique ainsi que les filières brassicoles (ou les mondes) qui se rattachent à l'un ou à l'autre.

Notons toutefois que la polarisation induite entre des individus ou des groupes d'individus par la notion de lutte est avant tout conceptuelle puisque des conservateurs en un domaine peuvent parfois se révéler être dans le même temps des innovateurs dans un autre²⁴.

Des hommes pour (faire) parler l'entreprise

S'agissant d'une enquête qualitative basée sur un échantillon relativement restreint, nous avons prêté une grande attention à la sélection de la population d'enquêtés²⁵, en tenant compte de certains facteurs clés permettant tantôt de rapprocher, tantôt de distinguer les situations individuelles. Parmi ces facteurs on retrouvera par exemple l'ancienneté ou encore le degré

²⁴ Nous avons rencontré des cas où l'on enregistre chez les brasseurs à la fois un discours conservateur lorsqu'il s'agit de défendre des pratiques ou des produits « traditionnels », mais davantage orienté du côté innovateur lorsqu'il s'agit de justifier de l'orientation prise vers les produits biologiques ou toute autre démarche qui s'apparente à de l'innovation.

²⁵ L'aperçu complet de la liste des entretiens effectués et des critères de choix des enquêtés est visible en Annexe I.

d'engagement dans la production brassicole biologique (ou à finalité brassicole biologique), mesurables par exemple à l'aune des volumes absolus et relatifs de bière biologique produits au cours du temps ; la situation géographique, permettant par exemple de pénétrer un réseau d'interconnaissance, d'expliquer certaines logiques d'achat ; ou encore toute caractéristique qui conférerait une singularité à une entreprise ou un individu et permettrait de rendre compte d'un élément particulier ou original.

Signalons encore ici que le choix des individus rencontrés pour les besoins de cette étude découle essentiellement des facteurs qui ont présidé au choix des entreprises retenues et de la position qu'ils occupent dans ces entreprises, ainsi que des opportunités de contact saisies ici et là. Il ne s'agit en aucun cas d'un choix qui serait strictement personnel ou arbitraire dans la mesure où nous nous sommes attaché à transposer ou rapporter les propos et représentations individuels à une « raison d'entreprise » davantage qu'aux individus en eux-mêmes.

Pour l'exprimer autrement, au travers des discours individuels, l'intérêt a davantage été porté sur ce que les individus ont pu dire de l'action des entreprises, considérées alors conceptuellement en tant qu'entités individuelles agissantes et pensantes, que sur leur actions en elles-mêmes. La situation d'entretien, dans laquelle les individus, spontanément peu enclins à dévoiler une pensée intime devant un inconnu, se révèle artificielle et les conduit en conséquence à adopter plus volontiers le langage de l'« institution » qu'ils représentent. Le choix des individus est ainsi sous-tendu par l'idée d'une (con-)fusion de l'individu dans l'entreprise, qui permet à l'enquêteur de faire parler la seconde en interrogeant le premier dans la mesure où le personnel de direction apparaît en quelque sorte comme « tenu par le rôle » de représentant d'une image de marque. Ainsi dans ce genre d'entretien, l'on recueille le plus souvent une parole qui mêle subrepticement du « je » personnel à un « nous » collectif, davantage de circonstance.

Puisqu'il semble en bonne partie admis en sociologie compréhensive qu'un individu ne peut appréhender une entité collective à laquelle il appartient qu'au travers de son vécu, et par là même de la perception individuée qu'il en a, et puisqu'une entreprise ne parle pas sans que des individus la fasse parler, il faut alors pouvoir relever dans le discours quand c'est l'individu qui s'exprime au travers du prisme de l'entreprise, ou à l'inverse quand c'est la voix de l'entreprise qu'exprime l'individu. A cet égard, pour réduire ce qui semble un biais incontournable, voire une dichotomie fondamentale que renforce ou révèle la confrontation à un enquêteur, nous avons choisi pour composer la population d'enquêtés de retenir dans la mesure du possible des dirigeants de leur propre PME, ou du moins des membres décisionnels de la direction. Nous

induisons ainsi qu'*a priori* la cohérence et la « collusion » cognitive du propos entre raison individuelle et raison d'entreprise s'incarnent plus profondément dans les individus rencontrés que s'il se fut agi de salariés auxquels le contrôle et la destinée véritable de l'entreprise échappent. De la sorte nous pouvons admettre conceptuellement pour cette étude que du fait de la taille réduite des entreprises, la parole du « chef » égale celle de l'entreprise lors du recueil des propos.

S'agissant essentiellement de petites et moyennes Entreprises (PME) agricoles ou brassicoles, l'accès à leurs dirigeants se sera par ailleurs révélé relativement plus aisé et probablement plus pertinent que s'il se fût agi de grandes entreprises dont les intérêts, la responsabilité sociale ou le capital dépassent les individus à leur tête pour se trouver répartis en un plus grand nombre de mains (et de poches...). En outre, le fait d'avoir retenu des entreprises « isolées » économiquement les unes des autres et « autonomes » par rapport, par exemple, à tout système de filiation industrielle ou de franchise, leur confère probablement un comportement particulier sur le marché et constitue également une caractéristique intéressante de la population d'enquête.

Réalisation des entretiens

Les principaux entretiens ont été menés de février à juin 2013, sur les lieux mêmes d'activité, durant ce qui apparaît comme le temps de travail des enquêtés. D'autres entretiens complémentaires ont été effectués entre janvier et août 2013. Concernant les brasseries, les entretiens se sont déroulés sur place et ont été assortis d'une courte visite guidée des sites ; ceux avec les producteurs agricoles se sont déroulés au domicile des individus, à proximité directe de leurs exploitations. Leur durée oscille entre 45mn pour le plus court et 2h30 pour le plus long avec une durée moyenne de 1h30 environ.

Les entretiens ont été réalisés sur base d'une grille standardisée, déclinée en trois moutures adaptées aux activités des enquêtés²⁶. Nous avons ainsi cherché à obtenir, à partir de questions ouvertes, certains points de repère et une base de discours et par suite d'analyse des réponses obtenues qui se veuille comparable tant au sein d'un même domaine d'activité, qu'au travers des principaux sous-systèmes de la filière brassicole (producteurs agricoles/ malteries / brasseries)²⁷. Cette méthode comporte en outre l'avantage de permettre d'interroger de la même

²⁶ Les grilles d'entretiens utilisées sont consultables en Annexes II, III et IV.

²⁷ La filière brassicole se compose en outre, ainsi que nous l'avons mentionné plus haut, de négociants-stockeurs, à mi chemin entre producteurs agricoles et malteurs, qui conservent les récoltes des agriculteurs en dormance (beaucoup n'étant pas équipés pour stocker leur production) et mènent les grains d'orge jusqu'au stade de germination à partir duquel les malteries peuvent opérer sur les stocks. Toutefois au travers des entretiens, l'intérêt de

manière les enquêtés, en particulier ceux que l'on retrouve simultanément à plusieurs endroits de la filière et qui exercent dans plusieurs domaines d'activités qui composent la filière brassicole.

Par ailleurs si l'usage de telles grilles pourrait sembler présenter certains inconvénients *a priori*, tel une certaine rigidité, la situation de l'entretien qualitatif laisse néanmoins la place à toutes sortes de possibilités d'adaptations *in situ* qui viennent pallier leur défauts.

Présentation des chapitres

En premier lieu nous commencerons pour définir la bière biologique par l'insérer dans une perspective sociohistorique. Le premier chapitre tentera d'appréhender théoriquement l'évolution brassicole au fil du temps dans ses dynamiques de perpétuation et de renouveau.

Nous dresserons de la sorte un constat de la façon dont l'histoire brassicole nous parvient au travers de récits divers avant d'en présenter certaines limites. Nous aborderons en ce sens l'histoire brassicole sous l'angle théorique d'une lutte entre un pôle conservateur et un pôle innovateur qui s'opposent sans cesse au sein de mondes et d'« ères » brassicoles successives, donnant lieu à un produit bière qui peut tout à la fois aujourd'hui apparaître comme issu d'une tradition séculaire et d'autre part à figurer comme une nouveauté. En partant de quelques événements, nous verrons émerger ce qui apparaît en définitive comme des évolutions majeures dans l'histoire brassicole. Ce faisant, nous chercherons au travers du temps long de l'histoire, les racines les plus profondes de la bière biologique, qui apparaît à son tour comme une évolution et une nouvelle façon de voir exister le produit bière.

Dans le second chapitre, nous plongerons plus en avant dans la réalité contemporaine du monde brassicole belge, qui se révèle être complexe à bien des égards. Nous verrons d'abord rapidement à quel point la bière peut apparaître comme un symbole fort en Belgique, basé sur une tradition longue et riche de sa diversité et des influences qu'elle aura rencontrées. Nous évoquerons ensuite les dynamiques passées et plus récentes qui ont contribué à façonner le paysage brassicole belge tel qu'il se dessine aujourd'hui. Celles-ci laissent apparaître un monde hétéroclite, dominé d'un côté par des groupes internationaux toujours plus grands et puissants, mais qui néanmoins tire la plus grande partie de sa véritable richesse culturelle des PME brassicoles qui le composent et du renouveau que ces dernières semblent connaître ces dernières années. Nous verrons notamment que ces PME, largement dominées sur le marché intérieur,

s'intéresser de plus près au stockage aura paru minime dans la mesure où le mode de production biologique n'induit là pas de différence, mis à part le respect de la réglementation en vigueur qui impose notamment tout au long de la filière de séparer drastiquement les productions biologiques des conventionnelles.

développent en retour des stratégies efficaces pour néanmoins se positionner en avant sur plusieurs marchés. Le recours à l'export et une recherche constante en matière d'innovation et de positionnement sur des marchés de niche constituent les plus fréquentes d'entre elles. La bière biologique apparaît alors ici comme l'une de ces innovations qui, servie à la sauce belge, semble peu à peu parvenir à s'imposer auprès d'un nombre croissant de consommateurs.

Après avoir théoriquement et empiriquement cherché à insérer notre objet d'étude dans ses contextes sociaux et brassicoles, nous présenterons plus directement dans le troisième et dernier chapitre les enjeux, défis et contraintes que soulève le mode de production biologique au sein du monde brassicole belge. Nous montrerons ainsi à la fois en quoi la bière biologique belge ressemble en partie au modèle conventionnel qui l'a engendrée, portant en elle un certain nombre des attributs de son succès, mais n'échappant pas non plus à certaines des tares qui lui incombent.

CHAPITRE I : TRADITION ET INNOVATION DANS L'EVOLUTION DES PRATIQUES BRASSICOLES (approche historique)

Nous nous attacherons au cours de cette partie à relever au travers d'événements historiques déterminants, certains principes ou mécanismes de l'évolution en matière brassicole constituant en quelque sorte des « clés » de lecture qui, indirectement, pourraient permettre de mieux saisir certaines raisons de l'apparition de la bière biologique. Dans ce cadre nous proposons une analyse qui oppose de façon théorique l'innovation au conservatisme en relevant certains faits qui procèdent d'une forme de « destruction créatrice », ou dans certains cas d'une « création destructrice ». Ce faisant, nous espérons pour notre part tenter de rompre quelque peu avec un récit par trop emprunté, pour une approche théorique qui se veuille davantage problématisée et dynamique.

1. Le « tronc commun » de l'histoire brassicole européenne

L'histoire longue de la bière semble assez méconnue du grand public et ce même dans les pays ou régions qui, comme en Belgique ou dans le nord de la France, en font une production et une consommation lointaines qui perdure au présent. En dépit de cette méconnaissance relative de l'histoire, la bière semble liée de bien des manières aux traditions, à la culture, voire à l'art de vivre des peuples producteurs et consommateurs.

Cette Histoire, pour la retracer à grands traits, est celle qui, depuis la Mésopotamie et son « pain liquide » consommé par les Sumériens, les Egyptiens et leur « vin d'orge », les Grecs et leur *zythos* puis les Romains et leur *zythum*, a vu progressivement la bière remonter vers le nord de l'Europe pour devenir celle de « nos ancêtres les Gaulois », la « cervoise ». Celle-ci ne deviendra ensuite véritablement « bière » qu'à la fin du Moyen-âge, lorsqu'on se mit à y adjoindre presque systématiquement du houblon à partir du XVe siècle. Dès lors la bière pourra commencer à ressembler peu à peu au produit moderne puisqu'on trouvera désormais dedans les quatre ingrédients de base de sa fabrication : l'eau, l'orge, la levure et le houblon.

Vinrent encore au XIXe siècle quelques découvertes scientifiques, avec notamment Louis Pasteur et ses *Etudes sur la bière*²⁸ (plus particulièrement sur l'action des levures), de même que des

²⁸ PASTEUR, Louis, *Etudes sur la bière, ses maladies, causes qui les provoquent, procédé pour la rendre inaltérable, avec une nouvelle théorie de la fermentation*, Paris : Gauthier-Villars, 1876, 387 p.

innovations techniques comme le froid industriel, qui facilitèrent considérablement la tâche aux brasseurs et contribuèrent activement au développement de la brasserie industrielle et au succès de la bière de fermentation basse, et voici pour ainsi dire le tronc commun de l'histoire d'un produit vieux de 6000 ans telle qu'on la perçoit en Europe...

Durant le XXe siècle on assistera encore, en parallèle à son extension en volume, à la concentration du marché brassicole, marqué en Europe par la disparition de milliers de petites brasseries et par la constitution de géants industriels mondialisés.

Le début du XXIe siècle n'a pas fait disparaître ces géants, loin de là, mais il semblerait par ailleurs que de nouveaux marchés brassicoles soient en train d'émerger. Le développement de ces marchés « alternatifs », souvent investis par des acteurs de petite taille (microbrasseries, PME brassicoles), semble aller de pair et répondre à une évolution des valeurs et des comportements alimentaires, économiques, sociaux, écologiques, etc., chez une masse croissante de consommateurs. L'apparition encore récente de la bière biologique nous semble à situer dans cette dynamique.

On pourrait évidemment relever des limites à un tel exposé s'il se prétendait un tant soit peu exhaustif, mais notre objectif n'est pas là. Ce résumé vise en fait à présenter la façon simplifiée dont est fréquemment narrée au public l'Histoire de la bière telle qu'on la perçoit depuis l'Europe, la Belgique, et que le sens commun se contente bien souvent de retenir. Nous ne prétendons pas réécrire ici toute cette histoire, tant s'en faudrait, mais plutôt à révéler autour de notre objet en quoi celle-ci n'échappe pas à une certaine complexité dès lors qu'on vise à l'approcher de façon un tant soit peu scientifique. Ainsi, si une « légende » populaire tient pour un heureux hasard l'origine de l'apparition de la bière primitive²⁹, il semble que durant les quelques 6.000 années qui ont suivi, les apparitions notoires sur un plan historique et sociologique de nouvelles formes de bière (parmi lesquelles la bière – certifiée – biologique sous la forme que nous lui connaissons aujourd'hui), ne doivent quant à elles pas grand chose au pur hasard mais procèdent plutôt d'une multitude de facteurs spatiotemporels plus ou moins déterminants, comme nous tenterons encore de le révéler par la suite.

Retenons donc à ce stade pour hypothèse et comme ligne directrice de ce chapitre qu'au fil des siècles, si la bière a évolué, c'est qu'elle n'a pas répondu à une recette propre bien qu'elle ait

²⁹ Il s'agirait d'une préparation panifiable – fermentable –, sorte de moût composé d'eau et de farine d'orge qui, après être resté un peu trop longtemps exposé à une certaine chaleur aurait par hasard donné naissance au « pain liquide ». Notons ici qu'il s'agit d'une version de cette légende qui répond à une définition occidentalocentrée de la bière, qui associe étroitement la « vraie » bière à l'orge. Les Chinois, qui très tôt produisirent un certain type de bière, ont une légende à peu près similaire qui substitue le riz à l'orge.

pu faire l'objet de tentatives de codification formelles (par exemple la loi de pureté allemande de 1516) ou informelles. En ce sens, nous pouvons estimer que la tradition brassicole évolue à court comme à long terme au gré de luttes entre un pôle « innovateur » d'une part et un pôle « conservateur » d'autre part.

2. Des événements marquants qui ont contribué à donner ses caractéristiques modernes à la bière

Notre entreprise n'est à nouveau pas de retracer ici exhaustivement toute l'histoire de la bière, mais plutôt de révéler l'enjeu historique de certains moments qui ont permis à ce breuvage d'en arriver à prendre la forme contemporaine que nous lui connaissons, jusqu'à voir apparaître récemment dans l'histoire brassicole un nouvel avatar notoire en la bière biologique.

Pour ce faire nous allons analyser ci-dessous quelques événements qui illustrent l'idée d'un monde, d'un champ, traversé par des luttes internes, qui ont contribué à le renouveler, voire le révolutionner parfois, ou simplement diversifier la variété des bières existantes. Outre montrer l'importance qu'ont eu ces événements dans l'évolution du produit, nous veillerons également à présenter autant que possible leur impact en termes de destruction et de création, notamment d'activités, pouvant à priori contribuer à illustrer ou refléter les luttes qui parcourent le champ brassicole.

2.1. Le remplacement du gruit par le houblon : l'influence des moines d'abbaye

Nous commencerons cet exposé en nous arrêtant tout d'abord un instant sur un événement décisif qui, comme nous l'avons indiqué plus haut, contribua en quelque sorte à déterminer la charpente organoleptique des produits tels que nous les connaissons aujourd'hui et qui, pour Perrier-Robert et Fontaine, constitue sans doute « *la plus grande innovation du Moyen Age*³⁰ » en matière brassicole. Il s'agit de l'usage du houblon, qui s'est par la suite largement répandu et généralisé au point de constituer aujourd'hui une norme occidentale en matière de production brassicole.

Dès la fin du Haut Moyen Age et ce jusqu'au XV^e siècle, les brasseurs avaient déjà pour habitude dans nos régions d'aromatiser la cervoise. Ils utilisaient pour cela un mélange de plantes amères dénommé « gruit » (ou « gruyt »). Perrier-Robert et Fontaine nous apprennent que :

³⁰ PERRIER-ROBERT et FONTAINE, 1996, *Op. Cit.*, p.13.

« Le gruit était un mélange de cinq à six plantes séchées, puis réduites en farine. [...] ; il s'agissait de plantes de marais, tels le myrte du Brabant (ou gage), le lédon des marais et le romarin sauvage. A ces herbes étaient ajoutées des baies et un peu de résine de sapin.³¹ »

D'autres plantes pouvaient encore entrer dans sa composition, telles par exemple le genièvre (*juniperus communis*), la lavande (*lavandula angustifolia*), l'armoise (*artemisia vulgaris*), l'aspérule odorante (*asperula odorata*) ou l'achillée millefeuille (*achillea millefolium*)³². L'usage du gruit semblait avoir pour vocation principale d'« améliorer la qualité de la boisson [...], l'aromatiser et lui donner une saveur piquante » (Perrier-Robert et Fontaine, *Op. Cit.*, p.13), et peut-être aussi, dans une mesure toutefois moins avérée, d'aider à sa conservation.

Les auteurs indiquent que durant ces siècles l'usage du gruit était suffisamment répandu, notamment à proximité de la mer du Nord et dans le Brabant, pour que « le métier de grutier eut bientôt sa raison d'être » (*Idem*, p.13), et pour que nombre de seigneurs laïcs et ecclésiastiques s'abrogent un « droit de gruit » (*jus grutae*), comme ce fut le cas entre les Xe et XVe siècles à Bruges, Liège ou encore Tournai. Et de préciser que l'importance sociale du gruit (en termes de puissance et de source de revenus) était telle qu'à Bruges, « les seigneurs de la gruuthuse³³ étaient les plus puissants de la ville » (*Idem*, p.13). On ne s'étonnera donc guère que ces puissants aient fait en sorte que son monopole puisse être légué en fief (*Idem*, p.13) en vue d'en garder l'usage et les bénéfices tirés.

La substitution du houblon au gruit ne se fit pas en un jour. Bien que l'on relève ici ou là des traces plus anciennes d'usage du houblon, celui-ci ne s'intensifia vraiment qu'à partir du XVe siècle. La première trace de sa culture par des moines brasseurs (bénédictins) se trouve en 736, à l'abbaye de Weihestephan, en Bavière, et la première preuve véritable de son utilisation dans la fabrication de la bière est issue de documents bohémiens datant de 859³⁴. C'est donc depuis l'Est que le houblon gagna le reste de l'Europe.

Concernant ce qui était encore loin de constituer l'entité nationale belge mais déjà une part de son espace géographique, Perrier-Robert et Fontaine précisent :

« Il fallut attendre la fin du XIV^e siècle pour que la bière houblonnée fit son entrée dans l'« espace » belge ; on importa la bière avant de la fabriquer selon le nouveau procédé. Et ce n'est qu'au XV^e siècle que le gruit fut définitivement supplanté par le houblon. Le « souvenir » du gruit s'est toutefois perpétué jusqu'à nous à travers les différents aromates et épices qui entrent dans la composition des bières belges et varient suivant les régions³⁵.

³¹ *Idem*.

³² German Beer Institute, « Gruitbier ». En ligne : <http://www.germanbeerinstitute.com/Gruitbier.html>, consulté le 27.07.2013.

³³ La *Gruuthuse*, maison des seigneurs grutiers brugeois, est aujourd'hui un musée archéologique de renommée prestigieuse.

³⁴ German Beer Institute, <http://www.germanbeerinstitute.com/history.html>, le 27-07-2013.

³⁵ PERRIER-ROBERT et FONTAINE, 1996, *Op. Cit.*, p.14.

Durant ce qui pourrait apparaître comme une période de chevauchement entre deux « ères », il apparaît qu'en différents moments et endroits, des luttes (juridiques, économiques, fiscales, techniques, etc.) ont mis aux prises certains conservateurs et innovateurs d'alors. La substitution ne s'est ainsi pas faite sans oppositions, puisque le gruit constituait une source d'enjeux et d'intérêts variés pour différentes catégories d'individus. Certains en tiraient directement richesse, pouvoir ou prestige : les seigneurs et les grutiers eux-mêmes essentiellement, quand d'autres, plus simplement, en faisaient usage : les nombreux petits brasseurs qui s'acquittaient pour cela des redevances dues aux premiers.

Les abbayes, qui jouissaient au travers de l'Europe d'une certaine autonomie à l'égard du droit seigneurial, en étaient toutefois exemptées. Ainsi les moines d'abbaye ont-ils eu une influence considérable dans la substitution du houblon au gruit : ce sont eux qui ont répandu sa culture un peu partout en Europe et ont largement contribué à faire connaître la bière ainsi produite en offrant, suivant l'usage d'alors, traditionnellement le gîte et le couvert aux voyageurs, qui à la suite purent répandre la nouvelle... De plus ceux-ci ont favorisé son commerce en revendant fréquemment leurs surplus pour obtenir des revenus pour les besoins de leurs communautés³⁶.

On pourra relever dans cet état de fait, une situation dans laquelle les uns, collectivement organisés, disposaient d'un avantage social et économique net sur d'autres acteurs atomisés, à une époque où les corporations de brasseurs n'existaient pas encore, ou à peine, et ainsi facilement concevoir que les premiers se sont avérés plus hostiles à tout changement qui pouvait ébranler leur assise, tandis que les seconds ne durent probablement pas l'être tant en adoptant l'usage du houblon peu à peu rendu populaire par les moines. En dépit des réticences et résistances manifestées, l'effet fut sans appel et l'avènement du houblon sonna peu à peu la disparition de l'activité des grutiers, et par là même du droit de gruit. Nous retrouvons donc ici d'une certaine manière à l'œuvre le mécanisme de la destruction créatrice : en se répandant, l'usage du houblon fit disparaître un certain nombre d'usages anciens et par là les structures sociales et les activités qui s'y rattachaient, devenues peu à peu obsolètes face à l'innovation. A l'inverse, la mise à disposition d'un nouvel ingrédient aura été rendue possible grâce à la (re-)structuration progressive de tout un « monde » au sens Beckerien : des producteurs de houblon, des marchands, des autorités législatives et spirituelles, des brasseurs, des consommateurs, etc.

³⁶ SPENCER HORNSEY, Ian, *A History of Beer and Brewing*, Royal Society of Chemistry, 2003, p.269.

Il est finalement intéressant pour refermer ce point, de retenir l'idée que si innovateurs et conservateurs pouvaient appartenir à des couches sociales d'Ordres (au sens où la société médiévale les définit) ou de conditions sociales différentes, les divergences pouvaient également se tenir entre des individus du même Ordre (ici, le Clergé). Ainsi de celles qui opposèrent plus ou moins directement des seigneurs féodaux, mais aussi ecclésiastiques, aux moines d'abbaye. C'est en définitive à ces derniers que revient la parentèle de l'usage brassicole du houblon, de même qu'un certain nombre d'autres évolutions importantes au cours de l'histoire brassicole.

« A partir de la fin du Moyen Age, la contribution de ces établissements religieux devait apparaître essentielle dans la mise au point des méthodes de brassage et de dosage des ingrédients.³⁷ »

2.2. Le Reinheitsgebot de 1516 à nos jours : l'influence de la régulation politique

Un second élément historique semble intéressant dans la perspective de révéler certaines luttes qui peuvent traverser le champ brassicole : le (*Bayerische*) *Reinheitsgebot*, mieux connu des francophones sous la dénomination de « décret sur la pureté de la bière » (ou encore sous l'expression « loi de pureté allemande / bavaroise »).

Le Reinheitsgebot fut promulgué le 23 avril 1516, à l'initiative du duc Guillaume IV de Bavière. Bien que d'autres lois antérieures du même acabit aient été découvertes dans d'autres régions d'Allemagne, le décret bavarois reste souvent présenté comme la première loi véritable de protection du consommateur en matière d'alimentation, dans la mesure où il régleme les prix de vente de la bière et fixe les matières premières exclusives qui peuvent entrer dans sa composition, sous peine de sanctions pour les contrevenants³⁸. Celui-ci stipule en effet que :

« Seuls de l'orge, du houblon et de l'eau, à l'exclusion de tout autre produit » peuvent entrer dans la fabrication de toute boisson appelée bière.

[...] Il faut noter d'ailleurs que ce fameux texte de 1516 ne mentionne pas la levure comme ingrédient autorisé : les brasseurs ignoraient alors tout de son emploi, voire de son existence, faisant confiance à la fermentation spontanée.³⁹

Le texte original ne fait pas non plus mention d'un quelconque souci de « pureté » au sens sanitaire, ni de qualité de la bière à proprement parler. Ces préoccupations s'y inscriront à la suite d'amendements venus bien plus tard. Les enjeux initiaux sont donc à chercher ailleurs. Selon les ouvrages, on prête différentes intentions à l'instauration de ce décret.

Pour Cole :

« La raison d'être de cette loi, c'était de réserver à la panification des céréales comme le blé ou le seigle. »⁴⁰.

³⁷ PERRIER-ROBERT et FONTAINE, 1996, *Op. Cit.*, p.12.

³⁸ Pour un aperçu complet du texte, voir l'Annexe V

³⁹ DELOS, Gilbert, *Les bières du monde*, Paris : Hatier, 1993, p.111.

Il se serait donc agi d'établir un emploi défini des différentes ressources disponibles en consacrant l'orge, difficilement panifiable, à la bière, et en réservant d'autres céréales plus adéquates pour le pain. A ce titre, certains présentent également cette loi comme la plus vieille en matière de sécurité (d'approvisionnement) alimentaire.

Gilbert Delos fournit une explication différente :

« Replacé dans son contexte historique, ce texte visait à protéger la qualité de la bière par rapport à la prolifération de brasseurs laïcs constatée à l'époque, et qui utilisaient parfois des ingrédients bien bizarres dans leur brassage.⁴¹ »

D'aucuns à l'instar de Delos y voient donc une traduction juridique de la volonté d'imposer pour de bon l'usage du houblon, dont les propriétés aseptisantes et conservatrices avaient été révélées par l'abbesse bénédictine Hildegarde de Bingen au XII^e siècle, et par là de mettre un terme à l'emploi de gruits parfois toxiques ou néfastes à la qualité de la bière.

Pour retracer brièvement l'historique de la loi et illustrer notre propos, signalons quelques faits et dates importants dans l'évolution du Reinheitsgebot en tant qu'instrument d'une politique protectionniste à l'usage des brasseurs bavarois puis allemands :

- En 1871, à son entrée dans l'Empire Allemand, la Bavière a imposé comme condition de conserver cette loi, de manière à protéger ses brasseurs de la concurrence⁴². Ainsi le texte prit une tournure protectionniste s'appliquant d'abord au marché infranational, avant de prendre peu à peu une dimension nationale puis supranationale.
- *« En 1906, le Reinheitsgebot est étendu à l'ensemble de l'Allemagne dans un texte visant à réguler la taxation des bières (Biersteuergesetz), provoquant d'ailleurs au passage la mort de nombreuses petites brasseries régionales. En 1923 (et confirmé plus tard en 1952) la Deutsche Biersteuergesetz décrète que les seuls ingrédients autorisés pour les Lagers sont le malt d'orge, le houblon, la levure et l'eau, et que pour les Ales, les malts d'autres céréales et les sucres sont autorisés en plus.⁴³ »*

Autrement dit, la loi est d'application pour les bières de fermentation basse (Lagers, Pils, etc.) mais ne concerne pas les bières de fermentation haute, comme par exemple les célèbres Weizenbier (« bière de blé »). Néanmoins, en étendant le cadre de la loi à toute l'Allemagne, on aura permis à un certain type de brassage d'en supplanter d'autres, alors pratiqués par certaines brasseries qui n'auront pas pu s'adapter au changement. Aussi, en déterminant politiquement et juridiquement pour le marché intérieur une nouvelle règle du jeu applicable à tous les brasseurs allemands, le caractère protectionniste de la loi prendra une dimension internationale :

- *« [...] ce texte a surtout dû connaître une réactualisation en 1976, quand, par souci protectionniste, les brasseurs allemands s'en sont prévalus pour bloquer l'entrée des bières étrangères [...] dans leur pays. Sans remettre en cause*

⁴⁰ COLE, Melissa, *Tout sur la bière*, Paris : Gallimard, 2011, p.71.

⁴¹ DELOS, Gilbert, 1993, *Op. cit.*, p.111.

⁴² Wikipédia, « Reinheitsgebot ». En ligne : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Reinheitsgebot>, consulté le 1^{er} août 2013.

⁴³ « Julien », Mai 2011, « Le point sur le Reinheitsgebot », (site Internet) *Culture Houblon*. En ligne : <http://culturehoublon.gueydan.eu/fr/article/point-sur-reinheitsgebot>, consulté le 1^{er} août 2013.

l'édit de 1516, la Cour européenne de justice a obligé en 1987 l'Allemagne à ne pas pouvoir s'en servir dans ce but.⁴⁴ »

- « *En 1987, la Commission Européenne décrète que l'interdiction de vendre des bières d'importations qui ne respecte pas le Reinheitsgebot sous le nom de bière en Allemagne va à l'encontre du principe de libre circulation des biens : c'est alors la fin du Reinheitsgebot protectionniste, après près de 500 ans d'existence [Encadré 2] ! En 1993, suite à une refonte du Biersteuergesetz, les règles de brassage de 1923 sont rétablies en préambule et ne s'appliquent désormais que sur le sol allemand. La bière importée n'est plus soumise à ce règlement, et les brasseries allemandes peuvent exporter des bières qui ne respectent pas le Reinheitsgebot.⁴⁵ »*

Encadré 2 : Compte-rendu de la décision de la Cour de justice européenne du 12 mars 1987

1. L'étiquetage des bières en Allemagne

Un Etat membre ne saurait justifier l'interdiction de vente d'un produit alimentaire légalement fabriqué dans un autre Etat membre et ne correspondant pas aux règles de composition en vigueur sur son territoire en invoquant la protection du consommateur.

Le 12 mars 1987, la Cour de justice dans l'arrêt "Loi de pureté de la bière en Allemagne" a rejeté l'argument selon lequel les consommateurs allemands associeraient la dénomination "bière" à celle d'une boisson contenant les seuls ingrédients prescrits par la réglementation allemande. La Cour considère en effet qu'une réglementation nationale ne peut pas servir à cristalliser des habitudes de consommation et à stabiliser un avantage acquis par l'industrie nationale.

La Commission européenne a ainsi attiré l'attention du gouvernement allemand sur la législation allemande relative à la bière qui, quoique n'interdisant plus, après l'arrêt susvisé, l'importation de bière dont les règles de composition diffèrent de celles en vigueur en Allemagne, prévoyait que seuls les produits importés non conformes aux prescriptions allemandes devaient indiquer leurs ingrédients en liaison avec la dénomination de vente. Selon la Commission, cette exigence aboutissait à réserver une dénomination générique aux seuls produits rigoureusement conformes à une recette nationale.

Au terme de discussions bilatérales entre les services de la Commission et les autorités allemandes, celles-ci se sont montrées prêtes à supprimer l'obligation pour les bières importées d'indiquer leurs ingrédients en liaison avec la dénomination de vente.

La Commission estime en effet que l'information des consommateurs sur les qualités particulières des bières fabriquées en Allemagne et dans les autres Etats membres selon les prescriptions qui leur sont propres doit être assurée tant pour les produits nationaux qu'importés, par l'apposition obligatoire d'un étiquetage adéquat concernant la nature du produit vendu.

Ce système d'information obligatoire ne prend toute sa valeur que s'il s'applique indistinctement aux produits importés et aux produits nationaux et ne comporte pas d'appréciations négatives pour les bières importées.

Source : Union Européenne (Europa), 2 juin 1993, « La gestion du marché intérieur : 4 exemples de l'action de la Commission », *Communiqués de Presse RAPID*, Europa. En ligne : http://europa.eu/rapid/press-release_IP-93-425_fr.htm?locale=FR, consulté le 2 août 2013.

- En 1989, lors de la réunification allemande, « *les brasseurs de l'Ouest ont exigé que la loi de pureté soit également applicable dans l'ancienne Allemagne de l'Est, ce qui n'était pas le cas auparavant.⁴⁶ »*

⁴⁴ DELOS, Gilbert, 1993, *Op cit.*, p.111.

⁴⁵ « Julien », Mai 2011, « Le point sur le Reinheitsgebot », (site Internet) *Culture Houblon*. En ligne : <http://culturehoublon.gueydan.eu/fr/article/point-sur-reinheitsgebot>, consulté le 1^{er} août 2013.

⁴⁶ DELOS, Gilbert, 1993, *Op cit.*, p.100.

Le cas du Reinheitsgebot est intéressant car la loi a perduré dans le Droit allemand jusqu'à la fin du XXe siècle. Les enjeux et les usages de la loi ont ainsi évolué dans le temps, au fur et à mesure de la formation et de la mutation de l'Etat moderne et des marchés. Par ailleurs elle garde aujourd'hui encore une portée symbolique et effective importante dans la tradition brassicole allemande qui s'est largement construite sous son influence.

Ici, les luttes menées ont été avant tout d'ordre politique et juridique. S'appliquant sur un territoire d'une échelle et d'une structure politique de plus en plus vaste, ce sont des législateurs variés qui, par leurs actions successives et conjuguées, ont défini un cadre dans lequel les brasseurs doivent s'inscrire. On voit ainsi s'établir de nombreux rapports de force dans le temps et dans l'espace, évoluant suivant les différents échelons, centres ou natures du pouvoir (local, fédéral, communautaire), chacun représentant successivement une communauté d'intérêts de taille croissante, au détriment des intérêts les plus particuliers. Les enjeux entrevus des dirigeants (et, par suite, des brasseurs) du Duché de Bavière en 1516 ne furent pas ceux de l'Allemagne (ré-)unifiée, qui ne sont pas ceux de l'Union Européenne. Il aura par conséquent chaque fois fallu négocier ou lutter pour imposer une volonté politique, ou bien subir celle qui venait s'imposer par ailleurs.

Nous pouvons donc parler ici d'« influence de la régulation politique », qui, en instaurant, en défendant au fil des siècles et en abrogeant finalement la loi pour que ne domine que celle du marché, s'est montré à plusieurs reprises déterminant dans l'évolution d'un large pan de la tradition brassicole allemande, et au-delà, du goût même des consommateurs allemands.

De nos jours, l'influence de la loi de 1516 reste prégnante en Allemagne, malgré l'ouverture du marché brassicole à la concurrence étrangère, si bien qu'on pourra par exemple trouver mention faite de la loi sur le site internet de la brasserie munichoise Paulaner, pour préciser ce qui, aujourd'hui encore, « caractérise une Paulaner » :

« La loi sur la pureté de 1516 »

En 1516, la loi bavaroise sur la pureté de la bière met fin aux « expériences sauvages ». En définissant les ingrédients autorisés pour la fabrication de la bière, cette loi optimisait ainsi les procédés de fabrication. La loi de pureté bavaroise est le plus ancien règlement en matière d'alimentation⁴⁷. »

Le jugement de valeur implicite que contient l'expression « expériences sauvages » est intéressant pour illustrer notre propos car en employant ces termes, la marque semble véhiculer

⁴⁷ Paulaner (site officiel de la brasserie), « Qu'est-ce qui caractérise une Paulaner ? », En ligne : <http://www.paulaner.fr/notre-marque/voila-comment-est-brassee-la-biere-paulaner>, consulté le 31 juillet 2013.

l'idée qu'il y aurait des (bonnes) pratiques orthodoxes et des (mauvaises) pratiques hétérodoxes, que la loi aurait eu pour effet bénéfique de faire disparaître⁴⁸. Elle constitue ainsi en quelque sorte, pour le meilleur ou le pire, un pilier du conservatisme brassicole allemand auquel l'on oppose souvent en contre-exemple le caractère innovant de la brasserie belge qui ajoute bien plus volontiers un grand nombre d'épices et d'additifs variés au canevas des ingrédients de base.

2.3. « Les découvertes fondamentales » du XIXe siècle

Selon Claude Bourgeois, « Deux facteurs essentiels ont fait passer la brasserie de l'artisanat à l'industrie dans la seconde moitié du XIXe siècle : l'invention du froid industriel et la microbiologie.⁴⁹ »

Nous allons nous intéresser brièvement (et de façon chronologique) à chacun de ces « facteurs » pour étayer l'idée selon laquelle la recherche scientifique et les évolutions techniques (la première se révélant souvent à l'origine des secondes) ont elles aussi largement contribué à instaurer et façonner le cadre brassicole moderne. Au travers de ces exemples, nous espérons mettre en lumière un nouveau « maillon » de la chaîne de coopération, qui contribue lui aussi à l'existence du monde brassicole contemporain. Ainsi le récit recèle une double portée : d'une part historique, et d'autre part sociologique. Historique, dans la mesure où les exemples traités dans cette partie nous renseignent sur des événements qui ont fortement influencé l'histoire brassicole, tout au moins européenne ; et sociologique, dans la mesure où certains acteurs jouent encore, aujourd'hui comme hier, un rôle essentiel au sein du monde brassicole. Il en est ainsi des chercheurs, ingénieurs et techniciens qui s'appliquent de manière fondamentale ou plus souvent appliquée à rendre possible la production de bière selon les standards d'une époque.

Notre propos, largement influencé par l'analyse beckerienne des mondes de l'art, se situe en ce sens dans une perspective interactionniste, qui place le réseau de coopération au centre de l'analyse. Nous nous attachons dès lors à comprendre les rôles qu'une constellation d'individus aux fonctions différentes exerce dans l'entreprise commune qu'est la production (et la consommation) de bière. Il s'agit ainsi en quelque sorte de rendre à chacun la place qui est la sienne dans l'œuvre commune.

⁴⁸ En adoptant une logique de raisonnement analogue, l'agriculture biologique, souvent décriée et présentée à ses débuts comme l'affaire de « marginaux », de « babas-cool » (selon les propos recueillis d'enquêtés eux-mêmes convertis – Joris Cambie –...), ne constituerait-elle pas en un sens pour certains une sorte d'« expérience sauvage » ?

⁴⁹ BOURGEOIS, Claude, *La bière et la brasserie* (1^{ère} éd.), Collection « Que sais-je », Paris : PUF, 1998, p.6.

2.3.1. L'invention du froid industriel et l'avènement des bières de fermentation basse : l'influence des évolutions techniques

« Au début du XIXe siècle, les techniques de brassage sont encore à peu près identiques à celles des moines du Moyen Age [...]. En quelques décennies, tout va changer radicalement : la nature et le style des bières, les méthodes de production, la diffusion des produits et l'organisation économique de toute la profession. Découvertes scientifiques et progrès technologiques vont se succéder en quelques années, avec pour creuset le centre de l'Europe [...] pour créer un nouveau style de bière qui va rapidement conquérir le monde entier.⁵⁰ »

Le XIXe siècle fut marqué en Europe par les Révolutions Industrielles, durant lesquelles des scientifiques firent des découvertes majeures, notamment dans la maîtrise des énergies qui conduisirent à l'invention de nouvelles machines et procédés techniques. Tel fut le cas avec la machine à vapeur, ou encore avec l'électricité, qui, non pas découverte et encore moins inventée, commença à cette époque à être réellement domptée et à trouver de nombreuses applications. Ceci permit à la suite à des inventeurs de développer de multiples innovations techniques à usage industriel, en ayant recours à ces nouvelles technologies. Ce fut le cas de Carl von Linde qui, en 1873, conçut le premier réfrigérateur à compression d'ammoniaque en s'appuyant sur les découvertes de lord Kelvin concernant la propriété des gaz de générer du froid en se détendant.

Cette invention fut d'une importance capitale pour la proto-industrie brassicole, et marqua très fortement l'orientation future de l'industrie naissante. En maîtrisant techniquement le froid grâce à l'électricité, les brasseurs purent dès lors être en mesure de produire une bière de qualité constante toute l'année durant (alors qu'auparavant on ne brassait la plupart du temps qu'en hiver), sans avoir à tenir compte du climat (Bourgeois, 1998, pp.6-7). De plus, elle leur permit d'employer plus systématiquement des levures fermentant à basse température (de type *saccharomyces carlsbergensis* (Bourgeois, 1998, p.20), ce qui influença considérablement l'essor, puis l'avènement des bières de basse fermentation (Pils, Lager, etc.).

« Les différents services rendus par la réfrigération à la brasserie sont : le refroidissement du moût avant la mise en cuve de fermentation, le refroidissement des caves de fermentation et du moût en fermentation, le refroidissement de la bière pendant la fermentation lente et en cave, le refroidissement de la levure, le refroidissement des réserves de houblon.⁵¹ »

Ainsi le compresseur à air froid remplaça rapidement, à partir de la seconde moitié du XIXe siècle, la réfrigération traditionnelle qui consistait à récolter en hiver et à stocker le plus longtemps possible de la glace en provenance de régions montagneuses, de lacs ou encore d'étangs urbains. L'invention de Linde se révéla donc d'une grande utilité en brasserie, et à sa suite de nombreuses firmes tentèrent d'exploiter le filon du froid industriel. En Belgique deux

⁵⁰ DELOS, Gilbert, 1993, *Op cit.*, p.14.

⁵¹ PERRIER-ROBERT et FONTAINE, 1996, *Op. cit.*, p.186.

entreprises se disputèrent le marché, dont la firme Lebrun, sise à Nimy, toujours en activité. Perrier-Robert et Fontaine relèvent qu'« *En 1923, 1228 installations Lebrun fonctionnaient de par le monde, deux tiers des brasseries en Belgique étaient équipées de matériel Lebrun.*⁵² » Aujourd'hui la firme Lebrun⁵³ revendique toujours son statut expert en matière brassicole.

Par ailleurs, la machine à vapeur de Watt, puis l'électricité influencèrent directement le développement du chemin de fer, ce qui permit en parallèle aux brasseurs d'étendre leur marché en distribuant leur bière de plus en plus loin.

En élargissant le propos à partir de cet exemple, on peut attribuer un rôle important à tous ces inventeurs et ces firmes qui ont contribué à la technicisation du secteur brassicole, remplaçant grâce à la technologie certaines pratiques traditionnelles. Nous trouvons ici encore un exemple de destruction créatrice (ou de « création destructrice ») qui révolutionna en profondeur l'activité brassicole. La lutte commerciale qui opposa les bières « traditionnelles » d'alors (de fermentation haute) aux bières de fermentation basse jusque là fort méconnues, se solda par une victoire haut la main de ce second type de bière, qui dès lors s'imposa mondialement au point de devenir « le » standard mondial de la production industrielle.

Nombre de consommateurs tiennent ainsi les bières de fermentation basse pour « la » référence de base en matière de bière et considèrent à tort les autres types de bières comme des originalités, voire des excentricités.

De ce qui apparaît donc comme une innovation, somme toute récente au regard du temps long de l'histoire, supplantant des siècles de pratique brassicole, il semblerait que la bière industrielle de fermentation basse soit aujourd'hui devenu l'objet d'un certain conservatisme de la part du consommateur moyen. Ainsi pour de nombreux Belges, la Jupiler semble faire office de standard, voire même de « norme », la Kronenbourg pour les Français, la Carlsberg pour les danois, etc., à partir desquelles ils évaluent les autres produits, y compris des bières de basse fermentation produites par des brasseries de plus petite envergure.

⁵² *Idem.*

⁵³ Le site de l'entreprise se révèle très intéressant à parcourir, qui fournit un historique de l'entreprise elle-même, mais aussi de l'industrie frigorifique en Belgique. <http://www.lebrun-nimy.be/fr/>, consulté le 22/08/2013.

2.3.2. Louis Pasteur (1822-1895) et ses Etudes sur la bière⁵⁴ : l'influence du scientifique

A l'instar des ingénieurs et techniciens, et souvent même en amont de ceux-ci, les scientifiques jouent un rôle essentiel en permettant aux brasseurs de mieux comprendre les réactions physico-chimiques à l'œuvre au cours du brassage et de la garde de la bière, et par là même de mieux « connaître » les produits qu'ils élaborent. L'exemple de Pasteur, souvent cité comme référence dans les ouvrages, est illustratif de ce point.

« La science vient apporter le bénéfice de ses découvertes aux brasseurs. Leur production subissait régulièrement des accidents de fermentation sans qu'ils puissent en déterminer les causes. A la demande de brasseurs du Nord de la France, Louis Pasteur s'attèle au problème et met en lumière les mécanismes de la fermentation alcoolique due aux levures, mais aussi la nécessité de protéger la bière, pendant les opérations de brassage, de toute contamination infectieuse. Il préconise donc une hygiène rigoureuse dans les brasseries et permet la mise en place de la pasteurisation, qui protège la bière une fois élaborée pendant plusieurs mois. A sa suite, le Danois Hansen, des brasseries Carlsberg, isole, vers 1880, les différentes souches de levure, autorisant les brasseurs à mieux les connaître et donc à les utiliser à bon escient tout en les régénérant régulièrement.⁵⁵ »

Alors que les brasseurs ne maîtrisaient jusqu'alors qu'aléatoirement le processus de fermentation, les recherches de Pasteur leur permirent d'effectuer un grand pas en avant dans l'homogénéisation de la qualité de leur production. Il initia une série de découvertes majeures sur les levures qui contribuèrent à améliorer considérablement la qualité sanitaire et gustative des bières produites. C'est dans ce contexte qu'Emil Christian Hansen (1842-1909), chef du laboratoire de l'Institut Carlsberg, s'appuyant sur les découvertes de Pasteur mit au point en 1883 « la méthode de la levure pure⁵⁶ »

De plus, grâce à la pasteurisation, Pasteur permit aux brasseurs de produire des bières conservables dans de meilleures conditions et plus longtemps, par conséquent exportables sur de plus grandes distances, et ainsi indirectement d'étendre leurs marchés.

Les découvertes de Pasteur, pour importantes qu'elles demeurent, ne furent cependant pas, comme c'est fréquemment le cas, admises si facilement par toute la communauté scientifique d'alors. Celui-ci rencontra un certain nombre de détracteurs plus ou moins virulents, réfutant ses analyses, comme ce fut le cas du chimiste Justus von Liebig (1803-1873), considéré comme l'un des pères de l'agrochimie (DEGLAS, 1996, pp. 30-32), avec qui Pasteur entretint durant des années une « querelle » scientifique.

⁵⁴ PASTEUR, Louis, 1876, *Op. cit.*.

⁵⁵ DELOS, Gilbert, 1993, *Op. cit.*, p.15.

⁵⁶ DEGLAS, Christian, *Le goût de la bière belge*, Braine-l'Alleud : éd. Collet, 1996, p. 33.

Ici encore nous pouvons donc relever la trace d'une lutte, cette fois intellectuelle, au sein du champ scientifique, d'où émerge un certain nombre de découvertes et d'innovations qui auront marqué l'histoire et la pratique brassicole.

Nous venons tout au long des points précédents de décrire autant d'évolutions importantes en matière brassicole qui chacune à un moment donnée illustrent une destruction créatrice et/ou témoignent d'une lutte entre une tendance conservatiste et une innovatrice à l'intérieur du monde brassicole ou au sein des champs qui s'y rattachent plus ou moins. D'autres influences pourraient également se trouver dans une temporalité plus présente, en étudiant par exemple celle des consommateurs sur les brasseurs.

3. De la destruction créatrice en matière brassicole

Si la bière a traversé les siècles et les systèmes économiques, force est de constater qu'à l'instar de nombreuses autres industries, c'est sous l'ère capitaliste que les évolutions furent les plus rapides et nombreuses. Il existe aujourd'hui une diversité sans précédent dans l'histoire des produits que l'on rassemble sous le vocable générique de « bière ». Mais cette variété ne s'est pas constituée en un jour, découlant d'une longue histoire, de multiples traditions et de certains événements clés que nous venons d'évoquer.

Ce faisant, avons mentionné à plusieurs reprises le concept de destruction créatrice forgé par l'économiste Joseph Schumpeter, qui s'avère pertinent pour rendre compte de certaines évolutions connues dans l'histoire brassicole. Nous proposons maintenant d'ouvrir la réflexion aux possibilités et à la pertinence de son emploi pour rendre compte de l'apparition de la bière biologique.

3.1. Le concept de « Destruction créatrice » chez Schumpeter...

Quoique la pensée économique originelle de Schumpeter ne s'applique qu'au capitalisme, la vision dynamique qu'il propose avec le concept de « destruction créatrice » permet également d'appréhender notre objet dans son temps long sous un jour intéressant. Ce concept, rendu célèbre au milieu du XXe siècle par l'économiste autrichien Joseph Schumpeter dans son ouvrage *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*⁵⁷ occupe encore aujourd'hui une place importante dans la pensée économique du capitalisme. Nous en retiendrons ici de façon simplifiée le principe

⁵⁷ SCHUMPETER, Joseph, *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, Paris : Payot, 1990 (1^{ère} éd. 1942), 451 p.

élémentaire défendu par l'auteur selon lequel pour créer de la richesse, de la croissance, le capitalisme « doit » sans cesse détruire des franges d'activité obsolètes pour les remplacer par de nouvelles, au moyen de l'innovation technique.

« L'impulsion fondamentale qui met et maintient en mouvement la machine capitaliste est imprimée par les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transport, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle – tous éléments créés par l'initiative capitaliste. [...] constituent d'autres exemples du même processus de mutation industrielle [...] – qui révolutionne incessamment de l'intérieur la structure économique, en détruisant continuellement ses éléments vieillis et en créant continuellement des éléments neufs. Ce processus de Destruction Créatrice constitue la donnée fondamentale du capitalisme : c'est en elle que consiste, en dernière analyse, le capitalisme et toute entreprise capitaliste doit, bon gré mal gré, s'y adapter.⁵⁸ »

Ainsi pouvons-nous par exemple, sous l'ère capitaliste, sûrement mieux comprendre pourquoi les livreurs de bière d'antan ont peu à peu disparu en parallèle du développement du transport motorisé, ou encore pourquoi et comment (les deux Guerres Mondiales y aidant grandement) les petites brasseries artisanales belges, pourtant prolifiques en termes d'unités, auront pour un temps largement périclité au profit de géants industriels en devenir, avant de se réinventer et de se reconstruire peu à peu sous un jour nouveau.

3.2. ... pour penser l'apparition de la bière biologique ?

L'auteur retient ainsi ces cinq principaux types d'innovations⁵⁹ :

- la fabrication de biens nouveaux ;
- les nouvelles méthodes de production ;
- l'ouverture de nouveaux débouchés ;
- l'utilisation de nouvelles matières premières ;
- une nouvelle organisation du travail.

Si l'on s'attache un instant, pour analyser le produit bière biologique à l'aune des types d'innovations retenus par Schumpeter, en plaçant un instant entre parenthèses le côté « destruction » pour ne porter le regard que du côté « création », autrement dit sur l'innovation, il semblerait alors que la bière biologique apparaisse, en tant que produit, mais aussi en considérant l'ensemble des activités sous-jacentes de la filière, à sa mesure toutefois, comme une sorte d'innovation « totale ».

⁵⁸ SCHUMPETER, Joseph, 1990, *Op. Cit.*, p.106-107.

⁵⁹ BERTACCHINI, Yann, STRASSER, Catherine, 2011, « Intelligence économique et créativité au sein de la PME/PMI : une compétence offensive à organiser », *Revue internationale d'intelligence économique* 1/2011 (Vol 3), p. 13-35.

Avec la bière biologique, nous sommes en effet en présence de *biens nouveaux* (le nombre et la diversité croissante des bières biologiques produites), issus d'une *nouvelle méthode de production* (l'agriculture biologique), dont les manifestations ne sont toutefois pas des plus révolutionnaires au niveau des étapes de transformation des matières premières. Néanmoins la production biologique induit des prérogatives qui supposent de réorganiser un ensemble d'étapes de la production, soit en quelque sorte de développer une *nouvelle organisation du travail*, directement issue dans le cas présent de *l'utilisation de nouvelles matières premières* (les productions de l'AB, certifiées). S'il ne s'agit donc pas à proprement parler d'une nouvelle méthode de production pour ce qui relève des étapes de la transformation, c'est plutôt d'un « mode » de production dont il serait question, qui par voies juridique et pratique conduit à devoir adopter une organisation du travail particulière.

Ce cas s'illustre par exemple lorsque productions biologique et conventionnelle s'effectuent en parallèle sur un même site, c'est-à-dire dans la plupart des cas⁶⁰. Les ingrédients biologiques ne pouvant à aucun moment entrer en contact avec les ingrédients conventionnels, il est alors nécessaire de procéder à de nouvelles opérations (nettoyage du matériel principalement), de même qu'à une réorganisation des stocks et des flux intermédiaires des matières premières ou en cours de transformation (stockage « sec » ; stockages en cuves, etc.) De plus cela dédouble la charge administrative et suppose en certains cas d'avoir affaire à d'autres cercles d'acteurs (organisme de certification ; fournisseurs ; distributeurs ; etc.).

Enfin, la production brassicole biologique semble bien répondre à *l'ouverture de nouveaux débouchés*. Certaines brasseries, comme la brasserie Dupont et plus encore celle de Brunchaut, accusent ainsi une croissance notoire ces dernières années comme nous le reverrons plus en avant. Les bières biologiques belges se trouvent à la fois proposées à destination des consommateurs de produits biologiques, mais également, plus largement, aux consommateurs nombreux du monde entier conquis par le « Belgian Style ». Le phénomène se trouve donc à comprendre à la jonction entre d'une part la sensibilité au bio des consommateurs et d'autre part la sensibilité des mêmes consommateurs et/ou de consommateurs différents au produit « bière belge ».

Si l'emprunt à la notion de destruction créatrice est stimulant, il n'est cependant pas sans limites et les infirmations à la pensée quelque peu déterministe de Schumpeter existent. Toute nouvelle création d'activité ou de produit ne se révèle pas nécessairement destructeur à terme

⁶⁰ Trois des cinq brasseries retenues pour l'étude sont dans ce cas. Les deux autres étant, l'une entièrement biologique et la seconde ne produisant pas de produits finis certifiés bien qu'ayant recours, en poids sec de matière, à une majorité de matières premières certifiées biologiques.

d'activités ou de produits existants, mais peut venir s'inscrire et se développer en parallèle, comme cela semble être le cas de la bière biologique qui n'occupe encore pour l'heure qu'un « marché de niche ». La filière brassicole conventionnelle reste ainsi très largement dominante en Belgique comme ailleurs, continue même de progresser si l'on en juge par l'augmentation constante des volumes de bière produits au travers du monde, et semble donc encore loin d'être menacée de disparition, quand bien même la filière biologique connaîtrait ici où là une expansion dynamique plus importante ces dernières années.

Nous venons de montrer dans ce chapitre comment au cours de l'histoire plusieurs catégories d'acteurs, exerçant des rôles et occupant des fonctions qu'on pourrait spontanément dissocier de l'univers brassicole, sont parvenus en amont des brasseurs à influencer sur l'évolution des formes prises par la bière. Au travers des événements présentés, correspondant à des évolutions notoires ayant mené la bière vers les formes contemporaines que nous lui connaissons, nous avons montré que les sources d'évolution sont multiples et qu'elles ne se situent pas nécessairement là où l'on pourrait spontanément les imaginer. L'évolution de la bière tient en effet parfois autant ou davantage à des éléments externes tels que l'influence d'une politique menée, d'un cadre fiscal en place ou d'une découverte fortuite, qu'à une recherche intrinsèque des brasseurs. Ceci nous permettra pour la suite, après l'avoir vu au passé, de mieux comprendre au présent à quoi peut tenir l'évolution de la bière.

Ainsi, si tout un faisceau d'individus aux rôles et aux statuts des plus variés n'avait pas œuvré ces dernières décennies à la création, au développement et à l'institutionnalisation de l'agriculture biologique et du mode de production qui en découle, (en d'autres termes à la constitution de mondes de l'agriculture biologique), nous pouvons admettre que la bière biologique n'aurait tout simplement pas été.

CHAPITRE II : PANORAMA DU PAYSAGE BRASSICOLE BELGE

Après avoir présenté sous un jour sociohistorique le cadre d'analyse que constitue le temps long de l'histoire brassicole (Chap. I), nous allons à présent tenter de dresser un panorama du « paysage » brassicole belge.

La notion de paysage que nous proposons ici découle en droite ligne de celle de « monde » développée par Howard Becker. En établissant ce panorama du paysage brassicole belge, nous entendons à la fois y évoquer les groupes d'acteurs rencontrés et leurs spécificités, notamment au travers de la variété et des différences entre leurs productions, ainsi que la manière dont se structurent les rapports entre ces derniers sur la scène nationale. A l'instar d'une représentation photographique, le paysage dont il est ici question est en quelque sorte le produit visible, le résultat saisi comme un instantané d'un jeu d'interactions conduit par ceux qui ensemble peuplent un monde donné et lui confèrent sa forme originale. Tout comme un paysage physique qui s'offrirait au photographe ou au peintre, le panorama décrit ci-dessous doit se penser comme une sorte de représentation cadrée qui rassemble et fige en un instant « t » le produit de dynamiques nombreuses et complexes qui l'ont façonné. L'art et la recherche scientifique ont toutefois ceci en commun qu'ils ne peuvent jamais véritablement rendre compte de l'exhaustivité du monde réel tel qu'il est vécu et perçu, quand bien même ils s'y appliquent parfois.

1. La bière : un symbole culturel fièrement affirmé

La bière façonne la Belgique et les Belges : tant la réputation internationale d'un petit pays par trop connu – gastronomiquement parlant – pour son chocolat, ses frites et sa bière, qu'une part de l'identité intime de nombre de ses ressortissants.

Néanmoins la plupart des brasseurs artisanaux rencontrés sur le terrain semblent relever une sorte de paradoxe entre le citoyen belge moyen, enclin à prôner davantage par principe patriotique que par expérience empirique l'excellence brassicole nationale, et le consommateur moyen qui lui resterait essentiellement « formaté » et enclin à subir la « puissance du marketing », à laquelle les consommateurs belges tout comme les PME brassicoles se trouvent confrontés sur le marché national :

« Vous voyez, ça c'est par exemple une des surprises que j'ai eu en reprenant la brasserie, c'est que je pensais que le comportement du consommateur est plus raisonné que ce qu'il n'est en fait. En fait on se rend compte que les gens, ils

mangent et ils boivent n'im-por-te quoi ! Et que tout le monde crie : « - Haro sur la mondialisation, sur les grandes sociétés... » et... Enfin quand tu vois les gars : « - Ouais InBev c'est un scandale, ils font produire leur bière au Brésil au lieu de les faire en Belgique... » et pendant ce temps là, ils boivent une Leffe quoi... Et vous êtes confronté à ce phénomène tous les jours ! [...] Le langage est complètement différent du comportement quoi ! » (Marc-Antoine De Mees)

Peu semble donc importer l'amphore pour ou selon certains... Néanmoins, la bière peut en quelque sorte s'envisager comme un instrument ou un support de socialisation secondaire qui se greffe et s'imbrique aux us et coutumes d'institutions socialisatrices plus classiques : socialisation familiale, estudiantine, professionnelle, sportive ou simplement amicale. La notion de socialisation s'entendant alors ici dans une acception simple, comme un phénomène duquel procède une « *intérieurisation normative et culturelle*⁶¹ » qui conduit, par exemple, d'année en année nombre de jeunes (ou vieux) étudiants, souvent « baptisés » au préalable, à défiler en grandes pompes dans les rues de Bruxelles, chope de bière en bandoulière, le jour de la Saint Vé...

C'est en définitive assez peu s'avancer que d'affirmer qu'en Belgique, la bière participe de la plupart des fêtes et folklores, qu'elle est un symbole culturel visible et vivant.

Outre l'appropriation relative du produit par toute une part de la population, c'est avant tout la Fédération des Brasseurs Belges qui la première défend avec force et fierté, au plan national comme à l'international, l'association symbolique et culturelle de la Belgique à la bière qui s'y produit :

En tant que 'Brasseurs Belges', il est de notre devoir de veiller à ce que notre bière soit perçue avec fierté et orgueil. N'oublions pas que notre culture brassicole belge a fait connaître notre pays dans le monde entier.

A votre santé



Theo VERVLOET,
Président

Source : Brasseurs Belges, Rapport annuel 2012, Bruxelles : Brasseurs Belges, 5 juin 2013, p.3.

Comme l'illustre ce propos de l'actuel président de la Confédération des Brasseurs Belges (CBB), la Belgique possède une tradition brassicole qui constitue un héritage revendiqué et régulièrement mis en valeur, à la fois par les brasseurs eux-mêmes mais aussi par leur

⁶¹ DUBET, François, MARTUCCELLI, Danilo, « Théories de la socialisation et définitions sociologiques de l'école », *Revue française de sociologie*, 37-4, 1996 p. 511.

représentation collective⁶². De fait, la bière constitue en Belgique, loin devant le *Peket* ou le *Zizi Coin Coin*, LA boisson alcoolisée nationale comme le soulignent régulièrement non sans fierté les Brasseurs Belges, ni parfois même sans une certaine rancœur à l'égard du gouvernement fédéral dès lors que leur intérêt se trouve menacé.

Ce fut par exemple le cas lorsque ce dernier décida durant l'été 2013 d'augmenter les accises sur la bière, alors que, comme le souligne le journaliste D. Delhalle, « *la bière avait échappé depuis près de 20 ans à toute augmentation d'accises sur l'alcool...* »⁶³. Les Brasseurs Belges adressèrent alors en retour une « Carte blanche » au gouvernement, dont quelques extraits sont reproduits ci-dessous :

« La Belgique, le pays de la bière ? »

« *La bière belge : notre fierté, notre symbole, nos produits par excellence.*

» [...] ***La Belgique aime se positionner comme LE pays de la bière...***

*Et c'est bien normal : la Belgique offre une excellence dans la **qualité**, une **gamme étendue de styles de bière**, plus de mille bières différentes, une culture de convivialité dans les cafés,*

» [...] *Les autorités y trouvent également leur compte : elles s'accaparent déjà la majeure partie du prix de vente... »*

Source⁶⁴ : Collectif, « Carte Blanche. La Belgique, le pays de la bière ? », Bruxelles, 2013. (Carte blanche adressée au Gouvernement Belge par plusieurs fédérations dont les Brasseurs Belges).

Isolés du contexte politico-juridique dans lequel ils s'insèrent, nous voyons ici au travers de ces quelques morceaux choisis apparaître trois mots centraux lorsque l'on évoque la bière produite en Belgique : la *qualité*, le *savoir* (-faire), et les *styles* de bière (autrement dit, la diversité).

2. La bière belge en trois mots : qualité, savoir-faire, diversité

« *The greatest variety of styles, the most gastronomically interesting specialties, and the most unusual beers in the world are produced in Belgium.* »⁶⁵ (Michael Jackson)

⁶² La Confédération des Brasseurs Belges est aussi parfois dénommée selon les sources « Fédération des Brasseurs Belges » ou encore simplement « Brasseurs Belges » (avec majuscules). Nous emploierons ici indifféremment les trois locutions ou l'abréviation « CBB ».

⁶³ DELHALLE D., « Budget : la bière n'échappera pas à l'augmentation des accises », *RTBF.be Info*, rubrique « Eco », 2 juillet 2013. En ligne : http://www.rtb.be/info/economie/detail_budget-la-biere-n-echappera-pas-a-l-augmentation-des-accises?id=8031539, consulté le 02.12.13.

⁶⁴ Il s'agit d'un extrait de la *carte blanche* émanant conjointement de la Fédération des Brasseurs Belges, de la FeBeD et des fédérations HoReCa, adressée au Gouvernement fédéral « en réponse à la décision du Gouvernement belge d'augmenter les accises sur la bière » à compter du 5 août 2013 (Brasseurs Belges, En ligne : <http://www.belgianbrewers.be/fr/news/actualites/article/hausse-des-accises-en-belgique>, consulté le 02.12.13). Le document complet est accessible via le site des Brasseurs Belges : <http://www.belgianbrewers.be/fr/economie/>, consulté le 02.12.13.

⁶⁵ JACKSON Michael, *The Pocket guide to beer*, Running Press, 2000 (7^{ème} éd), 208 p.

2.1. La qualité et le savoir-faire : mythes et réalités

Tout consommateur d'âge légal en Belgique n'est sensé ignorer pour l'avoir lu, vu ou entendu, fut-ce passivement, qu' « *Une bière brassée avec savoir se déguste avec sagesse* ». Initié en 1992 dans le « Code Arnoldus » puis réintégré en 2005 et encore en janvier 2013 dans l'annexe B.(b) de la *Convention en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool*⁶⁶, cette mention légale à l'allure de slogan publicitaire a su être subtilement (dé-)tournée par les Brasseurs Belges. En effet, en invitant légalement les consommateurs à la modération, ces derniers en profitent à chaque fois au passage pour mettre en avant leur savoir-faire.

Ainsi la bière belge serait donc brassée suivant un savoir (-faire) éprouvé, ce dernier constituant une sorte d'attribut indéniable et permanent, voire même une marque de fabrique dont chaque brasseur du pays semblerait *a priori* pouvoir se prévaloir aux yeux du monde entier. Mais si la réalité demeure toutefois plus nuancée, englobant des produits de qualité inégale et des réalités de production pour le moins variées, ceci constitue néanmoins l'une des raisons pour lesquelles la bière belge fascine tant, et passionne même parfois qui goûte à ses meilleures valeurs.

2.1.1. *Qualité objectivement perçue*

Pour traiter de la qualité de la bière belge sans entrer ici dans de subjectives considérations gustatives, nous pouvons commencer par nous y intéresser indirectement, c'est à dire au travers du reflet de cette qualité telle qu'elle est évaluée dans des compétitions et classement internationaux. De cette façon naît la possibilité d'une objectivation de la qualité de la bière belge telle qu'elle est perçue « de l'extérieur », que ne permettrait pas une analyse de seules sources endogènes au pays, aux brasseries elles-mêmes ou aux brasseurs.

Les bières belges sont régulièrement primées dans plusieurs catégories des plus grands concours internationaux tels que les « World Beer Awards⁶⁷ » auxquels on saurait accorder davantage de crédit qu'aux classements établis sur internet. Il n'est pas rare non plus d'en retrouver un certain nombre mentionnées dans les palmarès des meilleures bières du monde établis par des biérologues de renom à l'instar du « Beer Hunter » américain, feu-Michael Jackson, homonyme à ne pas confondre avec un certain chanteur pop. Notons que depuis 2012 la Belgique est elle-même devenue le siège d'un concours qui aspire à prendre une certaine ampleur sur la scène internationale : le « Brussels Beer Challenge ». Durant la première édition du

⁶⁶ Collectif, Convention en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool, Bruxelles, 25 janvier 2013. Texte intégral et informations disponibles via le site des Brasseurs Belges : <http://www.belgianbrewers.be/fr/responsabilite/groupe-arnoldus-la-convention/>, consulté le 02.12.13.

⁶⁷ <http://www.worldbeerawards.com/>, consulté le 03.12.13.

concours, le pays s'est classé second en termes de récompenses décernées, juste derrière les Etats-Unis⁶⁸, et il a remporté l'édition 2013⁶⁹.

Il semblerait par ailleurs que la « meilleure bière du monde » soit belge. C'est du moins ce que relève à nouveau le classement « Ratebeer⁷⁰ » pour l'année 2013, qui fait office sur internet de référence mondiale en la matière (bien que très centré sur le monde brassicole américain, ce qui le rend largement contestable). La « Westvleteren XII » produite par les moines trappistes de l'abbaye de Saint-Sixtus s'est hissée plusieurs fois depuis 2005 en tête du classement et il n'est pas rare d'y retrouver trois à quatre bières belges parmi les vingt premières. Le classement établi chaque année fait ainsi fréquemment la part belle aux bières belges, loin devant les autres nations européennes⁷¹.

Un autre indicateur permettant d'objectiver la qualité mondiale reconnue de la bière belge, non sans lien toutefois avec les classements établis et les récompenses décernées, pourrait résider dans la demande extérieure en constante hausse, encore qu'il faille considérer cet indicateur avec prudence. La Belgique a ainsi exporté 62,32% de sa production en 2012, soit 5,4% de plus qu'en 2011⁷². Ces chiffres reflètent ainsi l'engouement fort qui s'est institué dans un certain nombre de pays étrangers autour des bières belges.

2.1.2. Qualité subjectivement défendue

Pour Sven Gatz, directeur de la Fédération des Brasseurs Belges, « *La bière est à la Belgique ce que le vin est à la France.*⁷³ », pays mondialement renommé pour la qualité de ses grands crus, tout comme la Belgique l'est pour ses grandes bières. Néanmoins si la comparaison vaut d'être faite, il ne faut toutefois pas perdre ici de vue les différentes réalités des marchés respectifs : tous les vins français ne sont pas des grands crus, ni toutes les bières belges des grandes bières.

Un brasseur rencontré – Pierre Delcoigne – lui-même membre de la CBB, nous livre à ce propos au cours d'un entretien un avis tant militant qu'éclairé :

⁶⁸ BRASSEURS BELGES, « Premier concours international de la bière en Belgique : les bières belges remportent pas mal de médailles ! », Communiqué de presse, Bruxelles, 5 novembre 2012. consulté le 03-12-13.

⁶⁹ BRUSSELS BEER CHALLENGE, « Victoire des brasseurs belges ! », Communiqué de presse, 3 novembre 2012.

⁷⁰ <http://www.ratebeer.com/beer/top-50/>, consulté le 03-12-13.

⁷¹ Au classement 2013, parmi les 20 premières bières seules 3 ne sont pas américaines mais... belges (classées 1^{ère}, 7^{ème} et 19^{ème}), et il faut atteindre la 22^{ème} place pour voir apparaître une seconde bière européenne (danoise).

⁷² BRASSEURS BELGES, Rapport annuel 2012, Bruxelles : Brasseurs Belges, 5 juin 2013, p.6 ; p.21.

⁷³ *Le Monde.fr*, « La bière belge, ambassadrice du plat pays », 12-06-2013. En ligne : http://www.lemonde.fr/style/article/2013/06/12/la-biere-belge-ambassadrice-mondiale-du-plat-pays_3428569_1575563.html, consulté le 03-12-13.

« les bières d'abbaye, les Trappistes, les bières de village, les bières de folklore, tout ça, c'est très vaste [...] Mais c'est pour ça que la Belgique est réputée mondialement hein ! C'est pas par sa pils Jupiler hein ! C'est par toutes les bières spéciales qui sont autour. »

Olivier Degehet, responsable commercial pour la brasserie du Bocq, souligne quant à lui dans un article publié sur *Le Monde.fr*, un élément qui met en avant le savoir-faire des PME brassicoles belges :

« On trouve de très bonnes Pils dans quasiment tous les pays, mais la production de bières spéciales demande un savoir-faire particulier, basé sur des houblons, des levures et des techniques spéciales...⁷⁴ »

En corollaire aux quelques indicateurs objectivant suggérés précédemment, la qualité intrinsèque de la bière belge reposerait donc avant tout sur différents facteurs tels que la qualité des matières premières employées, le savoir-faire des agriculteurs, des malteries, et bien entendu celui des brasseurs, s'appuyant chacun sur des outils et des techniques de production performants.

Les responsables de PME brassicoles rencontrés pour cette étude se révèlent unanimes concernant la recherche et la défense de la qualité de leurs produits : « Se développer d'accord, mais pas au détriment de la qualité » pourrait constituer le mot d'ordre des enquêtés sur ce point. Dans leurs propos, l'exigence de qualité semble devoir primer sur le reste, cela dut-il parfois avoir un coût, freiner un investissement ou représenter un manque à gagner potentiel. Ainsi :

- Pierre Delcoigne déclare, pour justifier de son choix de produire lui-même sa propre orge :

« C'est pas le rendement qu'on recherche à ce moment là, nous c'est la qualité. »

- Marc Dekeyser affirme, parlant des possibilités pour la brasserie d'accroître l'export :

« là on n'a pas peur quoi, c'est surtout... On veille surtout à respecter la qualité de notre produit et garder toujours une bonne image de la brasserie [...]. Le plus important chez nous c'est de continuer à produire des produits de qualité, quoi. Que ce soit bio ou autres. »

Il ajoute encore :

« On refuse parfois des marchés parce qu'on n'arrive pas à suivre au niveau production. Faut pas se brûler hein ! C'est toujours dangereux et puis c'est risquer aussi d'en pâtir sur la qualité donc... »

« Bien sûr que notre but c'est de développer la brasserie, mais... [...] bien sûr, on veut grandir mais faut que ça reste réalisable au niveau technique aussi, et pour les hommes aussi. »

- Norbert Buysse, sur le choix de recourir à des ingrédients biologiques :

« Mais voilà, nous ce qu'on cherche c'est d'avoir le produit de meilleure qualité qui soit. Et c'est ce que nos consommateurs souhaitent aussi, en tous cas tous nos coopérateurs c'est ce qu'ils souhaitent, c'est d'avoir les meilleurs ingrédients. »

- Marc-Antoine de Mees, sur la volonté de garder une entreprise à taille humaine :

⁷⁴ Idem.

« Alors moi mon ambition elle est relativement simple en fait [...] je ne suis pas du tout un fan de la course à la croissance⁷⁵. Je voudrais pouvoir faire tourner cette entreprise avec une chouette petite équipe, où tout le monde gagne bien sa vie... [...] J'ai envie de rester artisanal en fait. Le problème c'est qu'il y a un moment où on passe en industrie, et passer en industrie ça veut dire qu'on est obligé de faire des concessions de qualité »

Celui-ci ajoute plus loin, sur le fait de produire lui-même sa propre orge biologique :

« si j'ai une différence de rendement de 1% sur ce truc là parce que j'utilise mon propre orge mais que je ne dois pas payer le triage, finalement je m'y retrouve. En gros. Tant que ma qualité est la même. Il y a un seul point sur lequel je suis intransigeant, c'est la qualité quoi ! [...] Notre but c'est de fabriquer une des meilleures bières du monde..., ben c'est clair qu'on..., qu'il n'y a aucune concession qui est faite à la qualité. Voilà. »

La « qualité » revendiquée ici par chacun se révèle très fréquemment en matière agroalimentaire (et à ce titre en matière brassicole) comme un poncif du genre fermement défendu par les producteurs. Personne ne s'attendra en effet à ce qu'un quelconque producteur ne concède aussi facilement : « Oui, c'est vrai, je produis délibérément de la m... pour m'en mettre plein les poches. » Pourtant certaines pratiques qui ont cours dans l'agroalimentaire et des scandales à répétition sont régulièrement là pour nous rappeler à cette réalité.

En réaction à cela, certains des brasseurs artisanaux interrogés ont semblé faire preuve, pour se justifier de certains choix effectués (en termes d'investissements, de façon de procéder...) d'une posture quelque peu « défensive » quant à la qualité de leur produits. Celle-ci laisse à la fois transparaître au travers des discours une forme de résignation face à certaines réalités aberrantes, ainsi qu'une volonté nette de se distinguer de certains acteurs ou de certaines pratiques :

« quand on voit un peu tout ce qui se passe au niveau euh..., en tout cas le marché de céréales au niveau mondial, prix du marché et... Allez, bon on est passés par du soja transgénique, bon..., il y a à boire et à manger la dedans ! On sait finalement pas à quelle sauce on va être mangés quoi, donc je pense qu'il faut être prudent quand même de ce côté là. » (Marc Dekeyser)

« avec tous les scandales qu'il y a dans l'industrie alimentaire, les gens recherchent quand même de plus en plus des produits de qualité dont ils connaissent l'origine. » (Marc-Antoine De Mees)

On ne s'étonnera donc guère de la tournure générale des propos recueillis, venant de professionnels attachés à mettre en valeur la qualité de leurs produits et, au travers d'eux, leur travail, leur passion et leur savoir-faire : de même que le champ lexical de la performance fait partie du discours commun du sportif interviewé, celui de la qualité est souvent l'apanage de l'entrepreneur soucieux de défendre sa marchandise et au travers elle son image de marque.

Artifices discursifs ou portes ouvertes enfoncées, en partie induites par le cadre lui-même artificiel que constitue l'entretien sociologique (tout comme l'interview de l'acteur ou la conférence de presse du sportif) ? Probablement ; néanmoins s'il importe là encore de relever dans la situation d'entretien un biais méthodologique inévitable, il ne nous appartient pas de juger

⁷⁵ Il a pourtant l'air d'un fin gérant, et est davantage « commercial » de formation que la plupart des gérants de brasserie, comme il me l'expliquera plus tard en évoquant son parcours professionnel.

nous-mêmes du degré de véracité des convictions exprimées. Nous estimerons donc nous trouver en présence de propos certes pour partie stéréotypés et potentiellement influencés par un « effet enquêteur », mais néanmoins authentiques, engagés et sincères. Ainsi les propos recueillis témoignent chez chacun des cadres ou dirigeants de PME brassicoles enquêtés d'un réel souci de qualité de leurs productions respectives.

Ces derniers, sur lesquels s'est plus particulièrement portée cette étude, se positionnent fréquemment en opposition à l'« industrie » et ses pratiques, défendant pour leur part une approche plus artisanale du métier.

Un brasseur (Pierre Delcoigne) – agriculteur-brasseur et agronome de formation – livre ainsi dans un extrait d'entretien un avis argumenté sur ce qu'il semble considérer, si pas comme un exemple de dérive, une « *dévi*ation » en matière de production brassicole opérée par les grands groupes industriels. Initiée dans le domaine de la Pils, les grands groupes semblent poursuivre la substitution d'« artifices » en tous genres aux ingrédients traditionnels dans certaines bières belges spéciales. Il expose pour sa part son attachement au fait de produire ce qu'il nomme des « bières naturelles » en insistant sur l'intérêt qu'ont les petites brasseries à se distinguer des grands groupes par une production plus qualitative :

« Nous, nous ne produisons que des bières naturelles. Donc ce que j'appelle bière naturelle, c'est qu'il faut savoir qu'on n'utilise pas d'antioxydants, pas de conservateurs, pas de stabilisateurs de mousse, pas de mousse exogène, donc on met pas d'alginate dans nos bières, on met pas non plus de... de produits anti-fongiques, genre sorbate de sodium, benzoate de potassium, métabisulfites, qui sont toutes des molécules qui... (cherche ses mots) à court terme ne posent pas de problèmes mais à long-terme posent des problèmes pour la santé humaine, et donc voilà...

Donc on estime quand même que l'on fait des produits naturels, euh... donc on utilise dans nos bières, on met que quatre éléments, les quatre éléments de la bière, c'est à dire l'eau, le houblon et la levure, voilà⁷⁶.

[...]

***Hors il faut savoir que toutes les Pils dans le monde ont 40, 50, 60% de maïs... c'est ce qu'on appelle les grains crus en fait ; ce sont les amidons qui prennent le moins cher sur le marché.** Le malt coûte, mais le malt apporte des protéines, des lipides, apporte du corps à la bière, apporte une structure. L'amidon n'apporte pas tout ça, parce que quand je dis l'amidon, l'amidon de maïs ben voilà, ce n'est que de l'amidon, ça n'apporte que du sucre qui va se transformer après en alcool, donc évidemment ça a un rendement de 100% parce qu'il n'y a pas d'autres choses dedans, mais par contre, ces autres choses n'étant pas là et bien par exemple les Pils qui sont fabriquées à raison de 40-50% de, (hésitation), d'amidon de maïs ou d'amidon de riz ont un gros problème de stabilité de mousse ou n'ont pas de mousse. Parce qu'il faut savoir que la mousse ce sont les protéines qui sont dans l'orge. Si vous ne mettez pas d'orge, enfin si ; si vous n'en mettez que 40% ou 50%, et bien il y a un manque et donc qu'est-ce qu'ils sont obligés de faire ? et bien c'est de mettre des alginates par exemple, [...] qui sont des poudres d'algues en fait, les alginates, qui vont apporter une structure, une mousse à leur bière. Et puis ils sont obligés de mettre des stabilisateurs ; donc il y a vraiment tout un artifice...*

*[...] mais **il faut savoir que le monde de la Pils a profondément changé à partir du moment où les groupes industriels ont pu utiliser toute une série d'artifices pour arriver à faire des***

⁷⁶ D'autres traditions brassicoles reposent quant à elles depuis longtemps sur l'emploi d'ingrédients tels que le riz (Asie), le maïs (Amérique du Sud) ou encore le mil ou le sorgho (Afrique) et ne répondent pas à ce qui apparaît ici en substance comme une définition occidentale de la bière fortement influencée par la loi de pureté allemande.

gros volumes à moindre coût, et donc je dirais que les petites brasseries n'ont pas beaucoup d'intérêt à rester dans ce créneau là...

[...]

[Pour les petites brasseries qui font de la bière spéciale] *il faut maintenir cette qualité de produits et faire attention... Je peux pas citer mais y a des marques... y a des bières spéciales industrielles hein. De toute façon on les connaît vite, mais ce sont... à un moment donné ces bières industrielles sont fabriquées par des groupes industriels évidemment, qui font de la Pils, et donc à un moment donné bah ils dévient, ils se disent : « ben, si dans la Pils, le maïs ça permet de réduire les coûts, alors pourquoi pas pour la bière spéciale ? » Et alors à un moment donné on se retrouve avec des bières spéciales où ils tournent pour le moment à 15 à 20% de maïs dedans. Mais ça n'apporte rien aux... à la bière, pas de corps... [...] Et alors après ils vont rajouter un peu d'édulcorant pour donner un peu de « body » comme on va dire, de « corps » au produit mais c'est tromper le consommateur et le consommateur s'en rend compte parce que ce sont souvent des bières un peu moins digestes, euh...*

Enfin voilà quoi, bon, c'est un autre créneau [les bières artisanales, naturelles] et nous on reste vraiment dans le créneau. On s'est dit : « Faire une bière de manière naturelle, oui c'est faisable. A partir du moment où l'on respecte un délai de fabrication. Nous ne fabriquons pas nos bières en huit-dix jours, on fabrique nos bières en deux mois, deux mois et demi, c'est un délai plus long... »

Si deux approches de la pratique brassicole pour le moins divergentes semblent donc coexister au sein du monde brassicole belge, gageons, puisque chacun des brasseurs enquêté semble l'affirmer pour sa part, que la qualité de la bière belge est encore, heureusement, parfois l'expression d'un travail soigneux d'un certain respect de la tradition brassicole qui l'a mise à l'honneur.

2.2. La diversité des bières belges

Il suffit d'ouvrir à peu près n'importe quel ouvrage en la matière pour trouver mise en avant la diversité des bières belges. Peu importe que l'ouvrage soit commis par un autochtone ou par un étranger, cette diversité est reconnue de tous. La Belgique (et très précisément la région bruxelloise et ses alentours : vallée de la Senne, Pajottenland⁷⁷) est, notoirement, le seul pays au monde où demeurent produits depuis le milieu du XVI^{ème} siècle des Lambics et ses dérivés : Gueuzes, Faros, Krieken lambics et autres lambics fruités. Nulle part ailleurs ces bières n'ont pu être imitées en raison de particularités atmosphériques et bactériologiques locales qui conduisent la bière à une fermentation spontanée sous l'action de levures sauvages de type *Brettanomyces Bruxellensis* et *Brettanomyces Lambicus*. La fabrication de ces bières est soumise à plusieurs arrêtés royaux⁷⁸, qui définissent notamment certains procédés à mettre en œuvre ou encore la nature et les volumes d'ingrédients à employer selon le type de bière produit. Il existe également en Flandre des bières de fermentation mixte qui associent fermentation spontanée et fermentation haute (à

⁷⁷ « Sont concernées les localités de Vilvoorde, Tervuren, Overijse, Beersel, Dworp, Leembeek, Halle, Sint-Pieters-Leuw, Itterbeek, Schepdael, Wambeek, Asse, Brussegem et Wolvertem » in PERRIER-ROBERT et FONTAINE, 1996, *Op. cit.*, p.121.

⁷⁸ Notamment l'Arrêté Royal du 31 Mars 1993 (PERRIER ROBERT et FONTAINE, 1996, *Op. cit.*, p.126).

partir de levures *Saccharomyces Cerevisiae*). Par ailleurs, la Belgique compte également parmi les premiers et demeure l'un des rares pays où sont produites d'authentiques bières trappistes en relativement petites quantités, de même qu'un certain nombre de bières d'abbaye, à ne pas confondre toutefois (**Encadré 3**), ainsi qu'une multitude de bières dites « spéciales ».

Encadré 3 : Bières trappistes et bières d'abbaye(s)

Les bières trappistes en premier lieu, de même que certaines bières d'abbaye, font office de symboles d'authenticité et de tradition dans un paysage brassicole qui s'est beaucoup transformé au cours de l'histoire. On doit aux moines du Moyen Age des recettes de bière aujourd'hui encore produites qui comptent parmi les recettes de bière (houblonnée) les plus anciennes qui nous sont parvenues. Ces bières renvoient communément à une tradition brassicole et à un savoir-faire multiséculaire que l'on voit fréquemment instrumentalisé à des fins commerciales, amenant certaines fois le consommateur à prendre des vessies pour des lanternes. Plus que jamais certaines bières belges très en vue se parent d'une image qui n'a plus d'abbatiale que le nom, ou qu'un lien très mince qui les relie encore à la vie d'une communauté monastique. Néanmoins les références et emprunts au vocabulaire religieux chrétien demeurent nombreux.

Isabelle Jonveaux⁷⁹ spécifie ainsi les enjeux pour les moines trappistes de la différenciation de leurs produits d'avec ceux qui empruntent au registre ecclésiastique à toutes fins commerciales. D'après l'auteure :

« Une grande part du marché de la bière de qualité en Belgique fait référence au monde monastique du fait de la réputation séculaire des bières trappistes. L'utilisation de l'imaginaire monastique est inversement proportionnelle aux liens réels existant avec une abbaye. En réaction, les moines travaillent à la différenciation de leurs produits mais aussi du fonctionnement même de leur économie pour marquer une spécificité monastique [...]. Il s'agit alors d'une économie charismatique car véritablement fondée sur le charisme inimitable de ses producteurs. »

Bières trappistes :

Il convient donc tout d'abord de bien distinguer les véritables bières trappistes qui répondent à ce modèle d'économie charismatique, des bières d'abbaye ayant plus ou moins de rapport avec une abbaye existante ou ayant existé. Les moines brasseurs belges sont à l'origine de la reconnaissance officielle de l'appellation protégée et du logo « Authentic Trappist Product ».



logo ATP :

L'Association Internationale Trappiste⁸⁰ (AIT) a ainsi établi en ce sens le fait que pour pouvoir bénéficier de l'appellation ATP, la bière doit être produite au sein d'une abbaye trappiste obéissant à la règle de St. Benoît, sous la commande d'un ou plusieurs moines appartenant à cette abbaye (bien que des laïcs puissent également être employés par la communauté monastique). Elle établit également que les profits générés par la brasserie doivent servir en premier lieu à la vie quotidienne de la communauté, à l'entretien du monastère ainsi qu'à des œuvres sociales déterminées par la communauté et que l'activité brassicole ne saurait constituer le cœur de l'activité monastique, ni une activité à but directement lucratif,

⁷⁹ JONVEAUX Isabelle, « Bière belge et image monastique » Un exemple d'économie charismatique, *Ethnologie française*, 2011/1 Vol. 41, p.117.

⁸⁰ Pour plus d'information : site de l'Association Internationale Trappiste : <http://www.trappist.be/fr/pages/1%27association-internationale-trappiste>, consulté le 03-12-13.

d'où le concept d'« économie charismatique » mis en avant par Jonveaux pour distinguer la pratique des moines trappistes de celle des entreprises traditionnelles.

La Belgique compte parmi les premiers et demeure l'un des rares pays où sont produites d'authentiques bières trappistes, et l'AIT y a son siège. Il existe actuellement six brasseries trappistes belges et trois brasseries étrangères⁸¹ qui bénéficient d'ores et déjà de cette appellation protégée.

Bières d'abbaye :

Il faut distinguer parmi les bières d'abbaye celles qui sont exploitées industriellement à grande échelle de celles qui restent brassées dans une certaine confidentialité. De nos jours rares sont les bières d'abbaye qui sont encore véritablement brassées dans une enceinte religieuse. Dans bon nombre de cas leur brassage est confié par un établissement religieux à une brasserie tierce, 100% laïque, au moyen d'une licence de brassage. Les Brasseurs Belges ont développé une marque collective « Bière belge d'Abbaye reconnue⁸² » dont l'attribution répond à un certain nombre de conditions afin de limiter les emplois abusifs au registre abbatial commis par certains. Toutefois les conditions restent suffisamment larges pour permettre d'y soumettre brasseries artisanales et brasseries industrielles à la fois.

Bières trappistes, bières belges d'abbaye reconnue, bières ecclésiastiques : de quoi s'agit-il ?

Bières trappistes : véritables produits monastiques, elles sont fabriquées dans l'enceinte d'un monastère, les moines font au moins partie du conseil de direction et donnent les orientations. L'entreprise appartient totalement à la communauté (label *Authentic Trappist Product*).

Bières belges d'abbaye reconnue : elles se réclament de la tradition d'une abbaye existante ou ayant existé. Il est précisé que pour les bières commercialisées après 1999 l'abbaye dont le nom est utilisé doit avoir brassé par le passé. Les moines ont cédé le processus de fabrication mais reçoivent toujours les dividendes liés à l'utilisation du nom si la communauté existe toujours. Sinon, elles paient des royalties à une institution ecclésiastique pour des œuvres caritatives. En théorie, l'abbaye ou l'institution existante exerce un droit de contrôle sur la publicité (label *Bière Belge d'Abbaye Reconnue*).

Bières ecclésiastiques : elles n'ont pas de lien avec un monastère mais utilisent l'image monastique. Elles peuvent utiliser des noms d'abbayes qui n'ont jamais existé ou n'ont jamais brassé.

Source : JONVEAUX, 2011, p.121.

Outre ces tropismes, la brasserie belge aura souvent rencontré au cours de son histoire certaines influences et emprunté aux traditions étrangères, à l'instar des traditions anglaise (Stout, Ales, IPA), allemande (Bock, Lager) et même tchèque (Pils) en même temps qu'elle affirmait ses propres styles. De nos jours elle influence également à son tour d'autres traditions brassicoles, en France et plus particulièrement dans le Nord-Pas-de-Calais, et même jusqu'aux Etats-Unis où, sous l'influence précoce de Pierre Célis⁸³, la bière belge s'exporte désormais de plus en plus et est imitée par certaines brasseries (ex : New Belgium Brewery, au nom éloquent), si bien qu'on y parlerait même d'un « Belgian Style »...

⁸¹ Les trois brasseries étrangères sont les brasseries des abbayes De Koningshoeven et Maria Toevlucht aux Pays-Bas et la brasserie d'Engelszell en Autriche. Par ailleurs, la brasserie de Scourmont (Chimay) brasse une bière trappiste pour l'abbaye du Mont des Cats (France) et collabore également avec l'abbaye trappiste St-Joseph (Etats-Unis, Massachussets) qui pourraient dans un avenir proche intégrer le cercle officiel des brasseries trappistes. Notons aussi pour l'anecdote que la brasserie néerlandaise De Koningshoeven qui produit la gamme « La Trappe » est la première à avoir lancé en 2010 une bière trappiste biologique : « La Trappe Puur ».

⁸² Pour plus de détails : <http://www.belgianbrewers.be/fr/culture-brassicole/l-art-de-la-biere/article/protection-collective>, 05.12.13.

⁸³ Pierre Célis était un brasseur belge, décédé en 2011, devenu célèbre dans la profession pour avoir relancé la bière d'Hoegaarden dans les années 60. Il s'est ensuite expatrié au Texas où il a créé une brasserie (Celis Brewery). Sa bière « Celis White » y a rencontré un certain succès et elle est aujourd'hui également brassée en Belgique par la brasserie Van Stenberge. En ligne : <http://vansteenberge.com/fr/celis-white>, consulté le 03-12-13.

3. Un paysage brassicole hétéroclite

L'exemple présenté ci-dessus au travers des bières trappistes, d'abbaye et ecclésiastiques se révèle là encore illustratif d'une certaine confusion qui plane sur le marché brassicole belge : d'un côté nous avons réellement affaire à des produits authentiques qui gardent un caractère artisanal et d'un autre à des produits hautement standardisés qui ne cherchent pour certains qu'à se donner l'allure des premiers à toutes fins marketing. Il est par conséquent assez difficile pour les consommateurs de s'y retrouver vraiment, sauf à porter une certaine attention aux rouages du marché brassicole et notamment ce qui relève des fusions-acquisitions. Comment savoir autrement, par exemple, que les trois premières ventes en matière de bières d'abbaye appartiennent aux plus gros groupes internationaux (AB InBev, Heineken) ? Des « gros » que l'on retrouve désormais presque systématiquement dominants sur la plupart des segments du marché intérieur belge et qui parviennent toujours davantage à ancrer intimement leurs marques dans l'« espace de cerveau disponible » (autrement dit, la sphère cognitive) des consommateurs.

*« ... voilà, il y a un moment donné les gens sont formatés. Surtout en Wallonie hein, **les gens sont formatés avec la Jupiler !** Pour eux une Pils c'est la Jupiler. Hors, et ils vont goûter n'importe quelle autre Pils, ils vont goûter une Maes : « mais c'est pas bon » ; ils vont goûter une Bavik : « c'est pas bon » ; une Primus : « c'est pas bon », c'est... enfin (sourire entendu) pour eux y a que la Jupiler qui est bonne, mais c'est pas que... C'est parce qu'ils sont tellement habitués à ça. C'est un peu comme Coca-cola.» (Pierre Delcoigne)*

Il ne faut donc pas s'y méprendre, la réalité du monde brassicole belge est disparate et inégalitaire, à l'image des entreprises qui le composent. D'un côté on y trouve des bières produites à quelques centaines ou milliers d'hectolitres par an, tandis que de l'autre on est face à des bières brassées en quantité industrielle comme celles de la gamme Leffe, produites par A-B InBev, qui constitue en Belgique « le leader du marché dans le segment des bières d'abbaye⁸⁴ ». Un leader contre lequel à son échelle une petite brasserie ne peut rivaliser comme le suggère ce témoignage de Marc-Antoine De Mees :

*« J'ai repris la brasserie en me disant : « - Bon bah on a une fantastique bière d'abbaye, on a une belle usine, donc il y a tout... Il y a l'image de la bière belge, il y a... » ; J'ai dit : « - Bon bah ici à Tournai, si on est bons, bah il faudrait quand même parvenir à convaincre 10% de buveurs de Leffe de boire de la St. Martin plutôt que de la Leffe » ; c'est une bière d'abbaye, elle est à peu près au même prix, elle est au même degré d'alcool, elle est blonde, elle est..., enfin... Bah je me suis foutu le doigt dans l'œil jusqu'à l'omoplate quoi ! **La puissance du marketing et de... On sait rien faire contre ça ! Rien !** »*

⁸⁴ Groupe AB InBev : http://www.ab-inbev.be/fr_BE/leffe.html, consulté le 05-12-13.

3.1. L'émergence de géants brassicoles

Il y a encore un peu plus d'un siècle la Belgique comptait « davantage de brasseries que d'Eglises ». D'après des données tirées du « *Journal du Brasseur*⁸⁵ » paru en juillet 2000, en 1900, le pays comptait 3.223 brasseries (le record maximal ayant été atteint en 1907 avec 3.387 brasseries), soit une brasserie pour environ 2.000 habitants (recensement 1900⁸⁶) ! Chaque village ou presque disposait alors de sa brasserie et certains même en comportaient plusieurs en leur sein (jusqu'à 17 à Louvain, 34 à Hoegaarden !).

Deux Guerres Mondiales plus loin, le paysage brassicole belge s'est trouvé largement transformé. En 1946, il ne demeurait plus que 775 brasseries, et à l'aube du XXI^{ème} siècle, en 2000, le pays n'en comptait « *pas plus de 110* », soit tout de même une diminution de près de 3000 % en un siècle ! Les raisons à cela sont dans un premier temps directement imputables aux guerres (réquisitions de matériel, faillites...), tandis que durant la seconde moitié du siècle ce sont davantage des raisons économiques et stratégiques qui ont contribué à faire évoluer le paysage brassicole. Ainsi la C.B.B. commente-t-elle, en 2000 :

« Au cours des dernières décennies, de nombreuses brasseries ont fusionné pour devenir des entreprises internationales, performantes au niveau mondial. [...] La concentration de l'industrie brassicole et l'élargissement du marché ont permis à nos brasseries de construire des unités de production de plus grande envergure...⁸⁷ »

Tel est le cas du numéro un et plus célèbre groupe brassicole belge, Interbrew qui constitue l'exemple de concentration opérée sur le marché brassicole le plus connu et symbolique. Le groupe est devenu le numéro un mondial suite à sa fusion avec le brésilien AmBev en 2004, puis au rachat en 2008 de l'américain Anheuser-Busch (3^{ème} groupe mondial). Parmi ces grands groupes on trouve également le groupe Alken-Maes qui constitue l'un des derniers géants nationaux formé et se place en second sur le marché belge. Créé en 1988 de la fusion de deux petites brasseries, le groupe fut racheté en 2000 par le britannique Scottish & Newcastle avant de devenir depuis 2008 la propriété du groupe Heineken⁸⁸. Ces deux groupes remportent à eux deux 64% des parts du marché intérieur belge (respectivement 52%⁸⁹ et 12%⁹⁰

⁸⁵ CONFEDERATION DES BRASSERIES DE BELGIQUE (C.B.B.), « *Le Journal du Brasseur* », Bruxelles : C.B.B., Juillet 2000 (année 107), p.5.

⁸⁶ <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/population/recensement/>, 05.12.13.

⁸⁷ C.B.B., 2000, *op. cit.*, pp.5-8.

⁸⁸ « *La Libre.be* », Heineken s'empare d'Alken-Maës, 25/01/2008. En ligne : <http://www.lalibre.be/economie/actualite/heineken-s-empare-d-alken-maes-51b89806e4b0de6db9b16b75>, consulté le 05-05-14.

⁸⁹ Source : EUROMONITOR INTERNATIONAL, « Beer in Belgium. Country report », octobre 2013. En ligne : <http://www.euromonitor.com/beer-in-belgium/report>, consulté le 05-12-13.

en 2013), ce qui s'avère tout à fait considérable dans l'absolu, mais également eu égard à la diversité de la production nationale.

Pour ne pas davantage faciliter la tâche aux PME brassicoles, on trouve également parmi les grands groupes, ou du moins en passe de le devenir tout à fait, des entreprises qui adoptent des stratégies de concentration en partie similaires, bien qu'un peu plus spécialisées, à l'instar par exemple du groupe Duvel-Moortgat se revendiquant lui-même comme l'un des plus grands groupes de Belgique, qui s'est pour sa part essentiellement concentré sur le marché des bières spéciales :

« Duvel Moortgat est l'un des plus grands groupes brassicoles de Belgique qui se distingue de ses concurrents par son orientation vers les bières spéciales. Son succès actuel se fonde sur un certain nombre d'atouts: des produits de qualité, plusieurs canaux de distribution à l'intérieur et à l'extérieur, un appareil de production moderne et des marques fortes.⁹¹ »

Le groupe fut par ailleurs coté à la bourse de Bruxelles durant quelques années avant que la famille Duvel-Moortgat ne reprenne le plein contrôle du capital de l'entreprise.

Face à cette âpre concurrence qui sévit sur le marché intérieur, les PME brassicoles belges se sont ouvertes de nouvelles voies de résistance à l'hégémonie des grands groupes. Le recours massif à l'export en constitue une, la principale, tandis que le positionnement sur le marché brassicole biologique en constitue dans une autre mesure une seconde, comme nous le verrons plus en avant.

3.2. Le renouveau du paysage brassicole belge

Arrêtons-nous toutefois encore un instant sur un phénomène qui marque le panorama brassicole et contribue à entretenir une certaine identité propre au monde brassicole belge. Selon l'Office Belge de Tourisme Wallonie-Bruxelles :

« De nos jours, deux tendances se marquent au niveau de la production brassicole: au niveau mondial des fusions importantes entre grands groupes brassicoles, au niveau régional, la renaissance de petites et moyennes brasseries qui développent des produits variés et de qualité liés au terroir.⁹² »

⁹⁰ Source : site du groupe ALKEN-MAES, « Notre Entreprise ». En ligne : <http://www.alken-maes.be/fr#/fr/notre-entreprise>, consulté le 05-12-13.

⁹¹ Site du groupe Duvel-Moortgat, « Stratégie », 2013. En ligne : <http://www.duvelmoortgat.be/index.php?id=fr-strate3a9gie>, consulté le 05-12-13.

⁹² Office Belge de Tourisme Wallonie-Bruxelles, « Histoire de la bière », non daté. En ligne : http://www.belgique-tourisme.fr/contenus/histoire_de_la_biere/fr/602100.html, consulté le 06-12-13.

3.2.1. Le réengouement des Belges pour les bières spéciales : oui, mais lequel ?

Parallèlement à la concentration toujours accrue opérée par les grands groupes brassicoles nous assistons donc ces dernières années à une réaugmentation du nombre de brasseries artisanales. Celle-ci va de pair avec un certain engouement recouvré par les Belges pour les bières spéciales, notamment les bières trappistes (5% des préférences exprimées en 2005 contre 17,8% en 2013) et celles au caractère « régional⁹³ » (8,8% des préférences en 2011 contre 14,5% en 2013) (**Tableau 1**). Comme l'indique le Beer & Society Information Center dans son édition 2013 du « Baromètre de la bière »⁹⁴ il semblerait que depuis quelques années les Belges soient, en même temps que leur consommation ne cesse de diminuer, de plus en plus enclins à se détourner de la Pils au profit d'autres types de bières :

« Si la Pils est toujours la bière préférée dans le cœur des Belges, les spéciales sont de plus en plus appréciées et les bières régionales gagnent du terrain. »

Tableau 1 : L'évolution des bières préférées des Belges entre 2005 et 2013

TOP 5 DES PREFERENCES

2005	%	2011	%	2012	%	2013	%
1. Pils	52	1. Pils	38,4	1. Pils	39,4	1. Pils	27,3
2. Abbaye	9	2. Abbaye	14,7	2. Abbaye	14,9	2. Trappistes	17,8
3. Blonde forte	7	3. Blonde forte	13,5	3. Trappistes	14,8	3. Abbaye	16,4
4. Blanche	6	4. Trappistes	12,9	4. Blonde forte	14,3	4. Régionale	14,5
5. Trappistes	5	5. Régionale	8,8	5. Régionale	7,8	5. Blonde forte	14,1

Source : Beer & Society Information Center, « Baromètre de la bière 2013 », p.3.⁹⁵

Se situant quant à elle autour de 120 litres par personne et par an il y a une quarantaine d'années, la consommation moyenne annuelle de bière est passée selon les Brasseurs Belges de 78 litres par habitant en 2011 à 74 litres en 2012 et l'on enregistre une diminution de 26,99% sur la période 1992-2012, dont 16,90% entre 2002 et 2012⁹⁶.

Si la consommation et les goûts des Belges semblent donc bien avoir évolué ces dernières années, il convient néanmoins de considérer ces chiffres avec une certaine prudence, d'une part parce que les auteurs du B&SIC précisent que l'« on parle ici des bières préférées des répondants, pas de la

⁹³ Bières qui s'apparentent fréquemment d'un caractère « artisanal », « de terroir », voire encore biologique.

⁹⁴ Beer & Society Information Center, « Edition 2013 du baromètre de la bière », Bruxelles : B&SIC, 5 juin 2013, p.1.

⁹⁵ Ce tableau présente le résultat d'un sondage effectué en avril 2013 par le B&SIC en collaboration avec les sites Internet de la Dernière Heure, la Libre Belgique et Het Nieuwsblad, auprès de 4965 internautes volontaires.

⁹⁶ BRASSEURS BELGES, Rapport annuel 2012, Bruxelles : Brasseurs Belges, 5 juin 2013, p.21.

consommation réelle. » (p.3), d'autre part parce que ces chiffres ne reflètent en aucune sorte de la disparité des acteurs présents sur le marché et des inégalités d'emprise sur celui-ci qui demeurent entre eux. Ainsi pour Marc-Antoine De Mees, interrogé sur le regain d'attrait pour les bières spéciales, la réalité de cet engouement apparaît plus nuancée et semble en définitive ne profiter qu'assez peu aux PME brassicoles (parlant du marché intérieur), pourtant les plus nombreuses :

- « Par ailleurs le marché en..., le marché de la bière spéciale en Belgique s'est redéveloppé depuis quelques années, enfin on a quand même...
 - *Mais ce n'est que Leffe... qui est en croissance ! Enfin Leffe, Grimbergen, Affligem...*
 - ... Et quand on dit qu'il y a plus ou moins 30% du marché de la bière en Belgique qui va aux bières spéciales, sur ces 30% il y aurait 70% pour Leffe, Grim et... ?
 - *Bien sur ! Bien sur.*
 - Plus les Trappistes encore derrière...
 - *Bien sur ouais, bien sur.*
 - Et donc quel pourcentage de ça, de ces 30% il resterait aux brasseries comme les vôtres et aux bières artisanales ?
 - *Bah c'est comme d'habitude, il va rester..., je sais pas moi, **10% du reste va aux brasseries artisanales, où on est 120 alors qu'il y a quatre gros quoi.***
- [...]

Néanmoins un autre enquêté, Marc Dekeyser, se révèle pour sa part légèrement moins pessimiste :

« ... c'est sûr que cet engouement pour les bières spéciales nous aide dans notre développement actuellement, ça c'est clair. Maintenant combien de temps ça va durer, on espère le plus longtemps possible ! (sourire) »

3.2.2. Une (ré) augmentation du nombre de PME brassicoles

En dépit des difficultés qu'elles peuvent rencontrer à l'intérieur du royaume, c'est le nombre de PME brassicoles en activité dans chaque Province (avec toutefois de nettes disparités) qui entretient la diversité du paysage brassicole tout en marquant un certain renouveau de la bière belge. Très loin du record historique (3387) atteint en 1907⁹⁷, la Belgique comptait un siècle plus tard, en 2012, d'après les Brasseurs Belges 150 brasseries⁹⁸ en activité (123 en 2011⁹⁹) qui produisent des centaines voire, selon certaines sources parcourues, des milliers de bières différentes¹⁰⁰.

Une autre source « officielle », la plus récente en date dont nous ayons pu disposer, qui émane de la marque collective des Brasseurs Belges, « Belgian Beer Paradise¹⁰¹ » livre également

⁹⁷ PERRIER-ROBERT et FONTAINE, 1996, *Op. cit.*, p.44.

⁹⁸ BRASSEURS BELGES, 2013, *Op. cit.*, p. 5.

⁹⁹ BRASSEURS BELGES, Rapport annuel 2011, Bruxelles : Brasseurs Belges, 2012, p. 2.

¹⁰⁰ Sur ce point les différentes sources consultées demeurent largement divergentes. Elles ne dénombrent jamais moins de 500 bières, souvent plus de 1000, et même jusqu'à 8000 ! Une des raisons qui expliquerait cela réside dans le fait que les brasseries, outre leurs gammes « standard », produisent ponctuellement certaines bières et parfois même des brassins uniques (« one shot »).

¹⁰¹ « Belgian Beer » est une marque collective qui ne peut être utilisée que par les membres de l'Union des Brasseries belges (ayant signé une convention écrite avec l'Union des Brasseries belges) et sous certaines conditions définies.

au travers de la troisième édition de sa carte « The Belgian Beer Routes (2013-2014)¹⁰² » (cf. Annexe 6) quelques données à partir desquelles il a été possible d'extraire quelques chiffres et d'élaborer quelques statistiques simples concernant le renouveau du paysage brassicole belge.

Nous avons ainsi pu dénombrer au moyen de la carte 194 structures brassicoles actuellement en activité en Belgique, qui produiraient 835 bières recensées. Il faut toutefois noter que ce chiffre ne prend pas en compte les « One Shot », bières à façon et bières d'étiquette brassées ponctuellement en des occasions particulières ou régulièrement pour des brasseries/pays tiers, ni l'exhaustivité des produits de certaines gammes (Leffe, Grimbergen, Affligem notamment). Notons également que parmi ces 194 structures figurent trois sites de production appartenant au groupe AB InBev (Leuven, Jupille et Hoegaarden) et deux sites de production appartenant au Groupe Alken-Maës (Alken et Mechelen).

Par ailleurs il convient plutôt de parler ici de « structures brassicoles » et non simplement de « brasseries » en raison de la multiplicité des formes que celles-ci peuvent revêtir. On trouve en effet parmi elles : des brasseries familiales produisant dans leurs propres brasseries (sites de brassage), des grands groupes brassicoles possédant plusieurs sites, des brasseries/sites de brassage/entreprises spécialisé(e)s dans la production pour des tiers, ainsi encore que des entreprises brassicoles sans site propre faisant réaliser leur production en sous-traitance par tous les précédents, Nous n'avons toutefois pas tenu compte de ces différences de statut pour établir les données chiffrées présentées à la suite, ainsi chaque site de production recensé équivaut à une unité dans les statistiques établies.

Comme nous allons pouvoir le constater avec les tableaux et graphiques présentés ci-dessous, le monde brassicole belge semble en plein renouveau avec l'apparition de nombreuses nouvelles brasseries et entreprises brassicoles.

Nous avons évoqué plus haut le fait que parmi elles se trouvent des brasseries/sites de brassage/entreprises spécialisé(e)s dans la production pour des tiers, ainsi encore que des entreprises brassicoles sans site propre faisant réaliser leur production en sous-traitance. Concernant cette dernière forme de structure brassicole, il est intéressant de mentionner ici un fait de l'actualité la plus récente avec ce « Cri d'alarme des brasseurs belges artisanaux » lancé au travers d'une « Carte blanche de brasseurs artisanaux contre les « faux » brasseurs », adressée au

<http://www.belgianbrewers.be/fr/culture-brassicole/l-art-de-la-biere/article/protection-collective>, consulté le 05-05-14.

¹⁰² La carte ainsi que certaines précisions la concernant sont disponibles sous forme imprimée, mais aussi en ligne : <http://www.belgianbeerroutes.com/fr/pour-le-professionnel/>, consulté le 05-05-14). Nous avons pu disposer ici d'une version imprimée (reproduite en Annexe VI).

journal *Le Soir* et publiée (sur internet¹⁰³) le 3 mai 2014 en complément d'un article papier paru le même jour¹⁰⁴. Quelques brasseurs artisanaux de chacune des régions du pays y dénoncent collectivement et non sans une certaine véhémence, des abus commis selon eux par de « faux » brasseurs par lesquels ils s'estiment lésés sur plusieurs plans. Ces derniers en appellent sans tarder à une réaction des pouvoirs publics visant à protéger leur caractère d'authenticité. Ils résument ainsi leur position :

« La bière est actuellement terriblement tendance [...]. Le revers de la médaille est que cette industrie commence à attirer de nombreux imposteurs, qui profitent de la crédulité des gens pour faire du profit sans aucune éthique. Le métier de brasseur est à nos yeux un des plus beaux du monde, mais c'est un métier terriblement dur et exigeant, qui demande une multitude de compétences. Il est grand temps que les autorités le protègent comme il le mérite. La récente proposition d'inscription de la bière belge au patrimoine immatériel de l'UNESCO est une fort belle idée, mais sa concrétisation éventuelle n'aura de sens que si les bières de producteurs sont protégées par rapport aux bières d'imposteurs. Faire passer le message que n'importe qui peut mettre de la bière sur le marché et se prétendre brasseur est non seulement une arnaque au consommateur mais aussi une insulte à des siècles de tradition, de culture et de savoir-faire. »

« La bière belge, qui est censée être l'une de nos dernières fiertés nationales, est en grand danger. En effet, une flopée d'entreprises à visées purement commerciales est en train de mettre sérieusement à mal sa réputation. Nous voulons parler d'entreprises gérées par de faux brasseurs, par opposition aux brasseries authentiques.

Il s'agit d'entreprises marchandes qui vendent des bières qu'elles ne produisent pas elles-mêmes, tout en se faisant passer, de façon plus ou moins subtile, pour de véritables brasseries. Leurs bières sont en réalité fabriquées par des brasseries qui se sont spécialisées dans la fabrication pour des tiers. Une petite poignée de brasseries en Belgique se sont concentrées sur ce business.

» [...] Actuellement, suite à un intérêt grandissant pour la bière, chez nous comme à l'étranger, une nouvelle « brasserie » s'ouvre à peu près tous les 15 jours dans notre pays. Nous estimons qu'environ 75% de ces entreprises n'ont en réalité de brasserie que le nom, et qu'aucune bière n'est fabriquée en leur sein. »

Si, d'après les plaignants, le phénomène n'est en réalité « certes pas nouveau », il « prend depuis peu une ampleur nouvelle, la manipulation des gens via les médias étant portée à une échelle jusqu'ici inédite ». D'après eux ces rois des réseaux sociaux, du réseautage tout court, et de la chasse aux médias, à qui ils racontent de belles histoires... » n'auraient pour autre but que de « flairer la tendance du marché », « sentir le marché sans investir dans du matériel, en attendant tranquillement qu'un millionnaire blasé, une banque ou des crowfunders crédules, viennent (sic.) leur apporter les fonds nécessaires. »

Outre le fait pour les cosignataires de constituer une « véritable arnaque aux consommateurs », il s'agirait également d'une négation du métier même de brasseur et de la « notion d'entrepreneuriat » qui à terme risquerait de mettre en danger « tous les vrais brasseurs [...] des plus grands aux plus petits » et de « ridiculis[er] le 'made in Belgium' ».

« le métier de brasseur, comme d'ailleurs la notion de 'brasserie' ne sont, dans notre soi-disant Paradis de la Bière, absolument pas protégés. Nous lançons donc aux institutions et hommes politiques concernés un appel

¹⁰³ « *Le Soir.be* », <http://www.lesoir.be/535112/article/debats/cartes-blanches/2014-05-03/cris-d-alarme-des-brasseurs-belges-artisanaux>, consulté le 05-05-14.

¹⁰⁴ BODEUX, Jean-Luc, « Les « faux » brasseurs font mousser le secteur », *Le Soir*, 3-4 mai 2014, p.23.

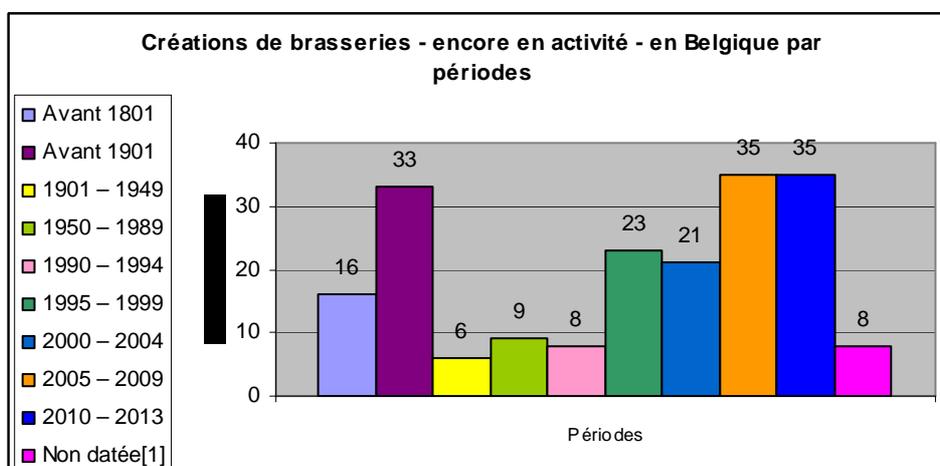
pour qu'une législation soit développée, qui protégera efficacement notre profession. Un des points important qu'elle devra comporter est l'obligation de transparence, se matérialisant au minimum par une mention claire – nous insistons sur ce terme –, sur chaque étiquette, de la brasserie qui a réellement fabriqué le contenu de la bouteille ».

Examinons à présent plus en détails les données extraites de la carte « The Belgian Beer Routes 2013-2014 :

Tableau 2 : Créations de brasseries encore en activité (2014) par Provinces belges, par périodes de temps

Période / Province	Avant 1801	Avant 1901	1901 – 1949	1950 – 1989	1990 – 1994	1995 – 1999	2000 – 2004	2005 – 2009	2010 – 2013	Non datée	TOTAL (2014)	1995 – 2013
West – Vlaanderen	2	8	1	1	2	1	2	5	8	0	30	16
Oost - Vlaanderen	4	6	2	0	0	4	5	4	3	0	28	16
Antwerpen	1	4	0	0	1	4	0	5	2	1	18	11
Vlaams Brabant	4	6	0	1	1	4	2	8	2	3	31	16
Limburg	1	2	0	1	1	1	0	1	3	0	10	5
Hainaut	3	3	2	4	1	2	6	5	1	2	29	14
Namur	1	1	0	0	2	1	0	1	3	1	10	5
Luxembourg	0	0	1	2	0	3	2	2	4	1	15	11
Liège	0	1	0	0	0	2	1	1	8	0	13	12
Brabant Wallon	0	1	0	0	0	1	2	3	0	0	7	6
Bruxelles	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	3	2
TOTAL	16	33	6	9	8	23	21	35	35	8	194	114

Graphique 1 : Créations de brasseries – encore en activité (2014) – en Belgique par périodes



Sur le Tableau 2 et le Graphique 1, nous pouvons d'abord voir que parmi les brasseries en activité en 2014 en Belgique, un certain nombre sont apparues avant le XIXème et le XXème siècle et ont su traverser le temps et les épreuves (49 sur 194, soit 25%).

Signalons dès à présent et pour la suite que nous nous sommes ici intéressé uniquement aux (dates de) créations de brasseries/structures brassicoles toujours en activité à ce jour, mais pas aux destructions. Ainsi des milliers de petits établissements ont-ils disparu alors que peu d'autres se créaient, en particulier au cours des périodes 1901-1949 (Guerres Mondiales) et 1950-1994 (concentration du marché), marquées par une chute brutale du nombre de brasseries en activité. En termes de créations, nous pouvons remarquer très nettement le creux que constitue le XXème siècle jusqu'à 1995. Entre 1902 et 1994 sont apparues seulement 12% des brasseries toujours en activité aujourd'hui. Néanmoins, l'accent étant ici mis sur le renouveau du paysage brassicole belge dans les périodes les plus récentes, nous avons délibérément choisi de ne pas nous soucier de ces disparitions pour ne nous intéresser qu'aux seuls établissements existant à ce jour.

Les périodes suivantes, volontairement plus courtes que les premières, permettent de mettre en perspective l'ampleur du renouveau brassicole constaté ces dernières années et de situer véritablement son départ autour de 1995 (59% des structures brassicoles du pays créées depuis cette date). Toutefois c'est à partir de 2005 que le phénomène semble prendre toute son ampleur, avec plus d'un tiers des structures brassicoles du pays créés depuis ces dix dernières années (36%).

Signalons aussi que 4% des créations de sites brassicoles demeurent non datées¹⁰⁵. Les résultats présentés dans les opérations ci-dessus et dessous en tiennent toutefois compte comme s'agissant d'une catégorie à part entière.

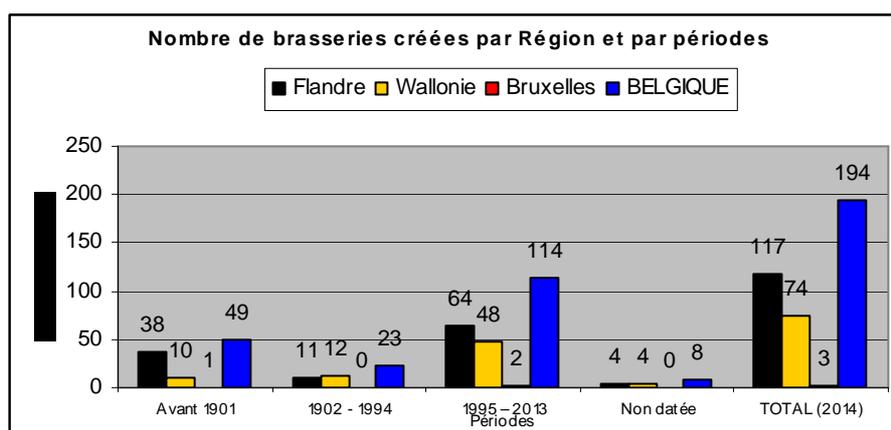
¹⁰⁵ Parmi ces sites de production dont la création est non datée se trouvent à la fois quelques sites de production de bières d'abbaye n'ayant plus de rapport direct avec l'abbaye d'origine mais dont la licence de production est exploitée par un groupe brassicole, et aussi des sociétés brassicoles sans sites propres dont la production est réalisée en sous-traitance par d'autres groupes brassicoles existant. Ces sites sont :

- Brasserie Alken-Maes (1988) : 2 sites de production en Belgique (Alken et Mechelen), dont un non daté ;
- Brasserie Mort Subite et Br. Affligem → groupe Heineken ;
- Brasserie Inbev – site Hoegaarden ;
- Bières de l'abbaye de Maredsous → production sous traitée par le groupe Duvel-Moortgat ;
- Brasserie Bataille-Dumortier ;
- Brasserie Vanuxeem ;
- Brasserie Inter-Pol.

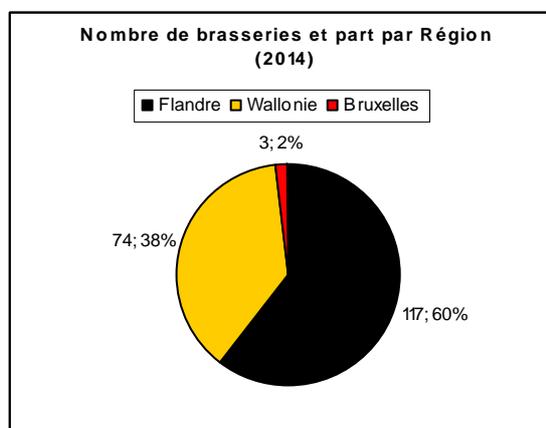
Tableau 3 : Créations de brasseries encore en activité (2014) par Régions, par périodes de temps

	Avant 1901	1902 - 1994	1995 – 2013	Non datée	TOTAL (2014)
Flandre	38	11	64	4	117
Wallonie	10	12	48	4	74
Bruxelles	1	0	2	0	3
Belgique	49	23	114	8	194

Graphique 2 : Nombre de brasseries créées par Région et par périodes



Graphique 3 : Nombre de brasseries et parts par Région (2014)



Cette version simplifiée (par Régions) du Tableau 2 (Tableau 3) ainsi que les Graphiques 2 et 3 présentés ci-dessus révèlent que, hormis au cours du XXème siècle, il s’est longtemps davantage créé de brasseries en Région Flamande. Ainsi, actuellement, 60% des 194 brasseries en activité dans le pays sont situés en Flandre, 38% en Wallonie et 2% à Bruxelles, soit respectivement 117, 74 et 3 établissements ou structures brassicoles. Par ailleurs nous constatons dans chacune des Région que plus de la moitié des établissements brassicoles en activité ont été créés durant la période 1995-2013, soit 54,7% en Flandre, 64,9% en Wallonie et 66,6% à

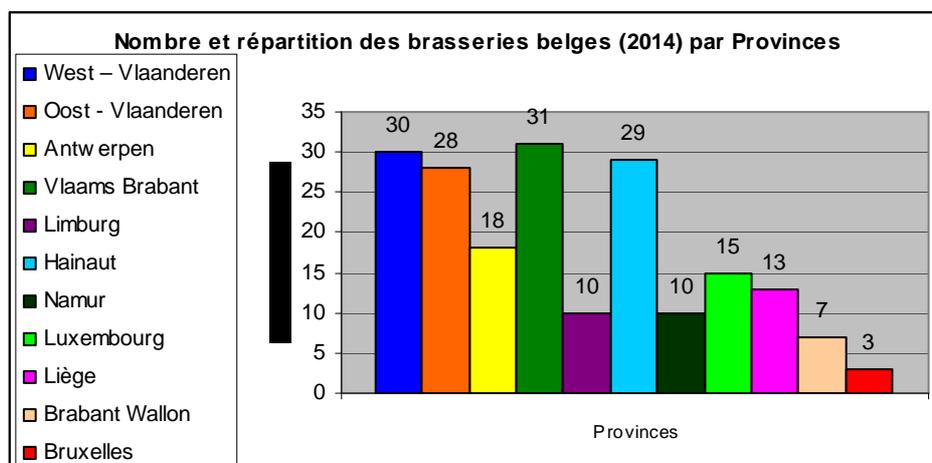
Bruxelles. Ainsi si la Région Flamande compte toujours davantage de brasseries, il semble que l'écart dynamique d'avec la Wallonie tende à se réduire ces dernières années.

Il demeure néanmoins au fil du temps des écarts structurels au sein des Régions entre leurs différentes Provinces, de même qu'entre les Provinces sur le plan national, comme permettent de le constater le Tableau 4 ci-dessous ainsi que les Graphiques 4 et 5.

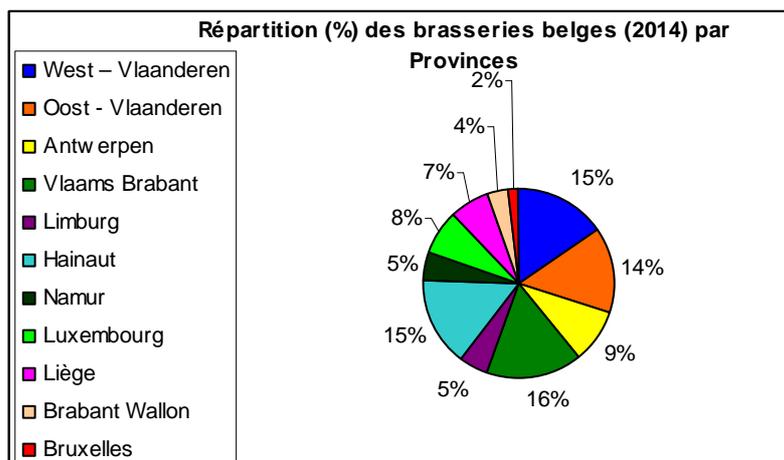
Tableau 4 : Créations de brasseries encore en activité (2014) par Provinces et par Régions, par périodes de temps

Périodes / Provinces ; Régions	Avant 1901	1902 - 1994	1995 – 2013	Non datée	TOTAL
West – Vlaanderen	10	4	16	0	30
Oost - Vlaanderen	10	2	16	0	28
Antwerpen	5	1	11	1	18
Vlaams Brabant	10	2	16	3	31
Limburg	3	2	5	0	10
Flandre	38	11	64	4	117
Hainaut	6	7	14	2	29
Namur	2	2	5	1	10
Luxembourg	0	3	11	1	15
Liège	1	0	12	0	13
Brabant Wallon	1	0	6	0	7
Wallonie	10	12	48	4	74
Bruxelles	1	0	2	0	3
Bruxelles	1	0	2	0	3
TOTAL	49	23	114	8	194

Graphique 4 : Nombre et répartition des brasseries belges (2014) par Provinces



Graphique 5 : Répartition (%) des brasseries belges (2014) par Provinces

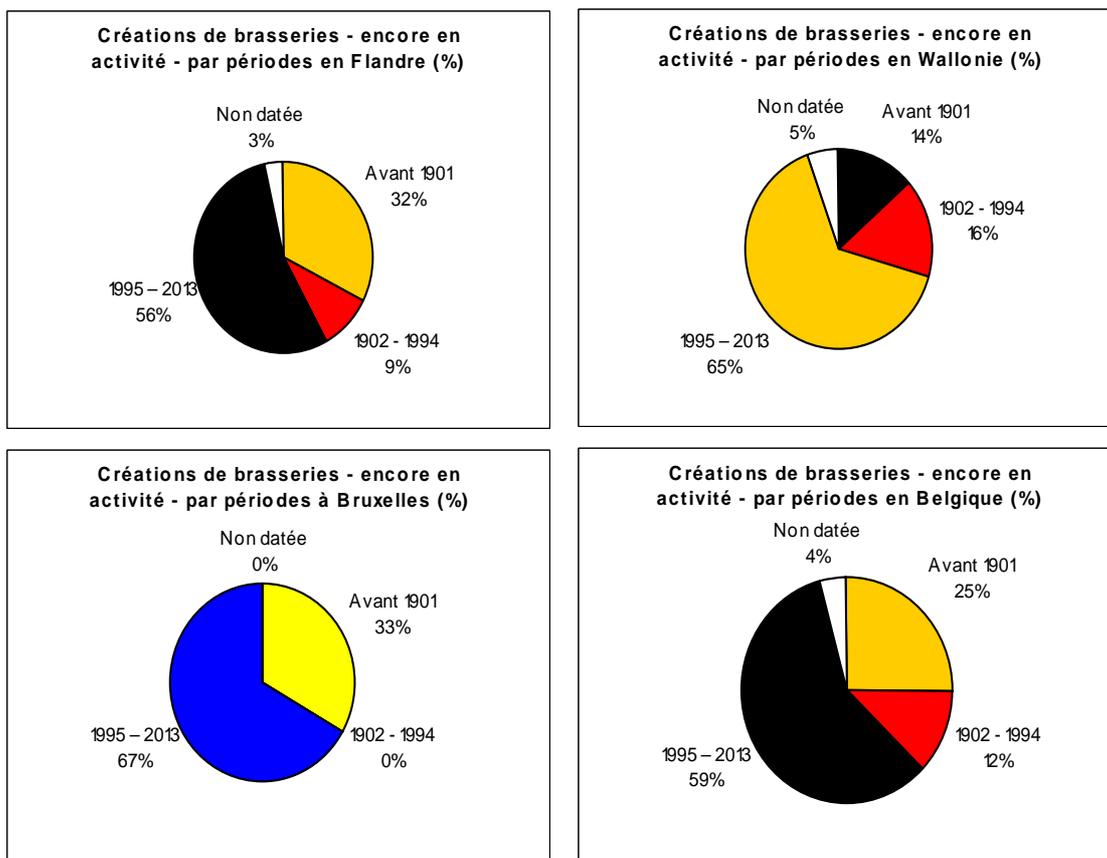


On notera qu'en Flandre, le Brabant (31 brasseries) ainsi que la Flandre Occidentale (30) et Orientale (28) demeurent structurellement et équitablement entre elles parmi les grosses Provinces brassicoles de la région et du pays, représentant à elles trois 76% des brasseries régionales et 46% des brasseries nationales. Les Provinces d'Anvers (18) et du Limbourg (10) semblent quant à elles émerger plus tardivement avec 61% et 50% de créations de brasseries en leur sein depuis 1995.

En Wallonie c'est très largement la Province du Hainaut qui recense le plus grand nombre de structures (29) avec 39% de celles-ci au niveau régional, dont 48% sont apparues au cours des vingt dernières années. Aussi, même si chacune des quatre autres provinces de la région demeure d'une faible part au niveau national (Graphique 5), celles-ci connaissent une dynamique de croissance impressionnante : sur la période 1995-2013, les Provinces de Namur, du Luxembourg, de Liège et du Brabant Wallon auront respectivement vu s'accroître le nombre de brasseries en leur sein de 50%, 73%, 92% et 86% !

La Région bruxelloise apparaît quant à elle quelque peu à part dans ce paysage : d'une superficie considérablement restreinte en comparaison des deux autres régions et largement urbanisée, la Région n'est qu'une faible contributrice au niveau national avec seulement 2% des brasseries à demeure, bien qu'elle en ait jadis comporté un certain nombre. Néanmoins elle enregistre une très nette progression du nombre de sites brassicoles implantés au cours des vingt dernières années (+66,6%) comme l'indique le graphique ci-dessous consacré à la Région bruxelloise.

Graphiques 6 à 9: Créations de brasseries – encore en activité – par périodes en Flandre / en Wallonie / à Bruxelles / en Belgique (%)

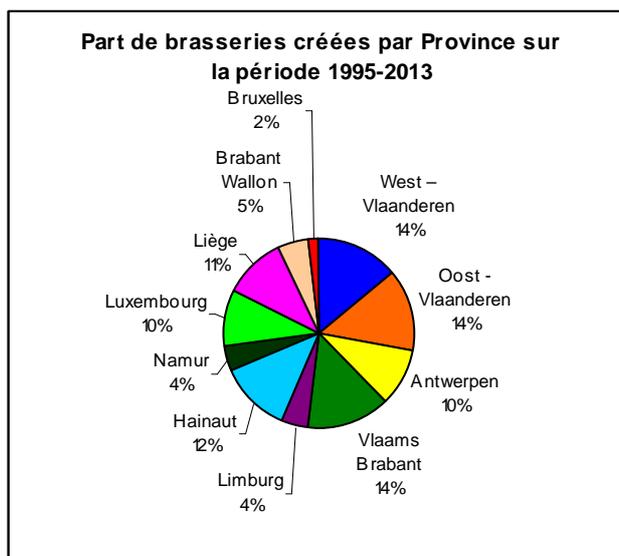


La vue d'ensemble des Graphiques ci-dessus permet de constater que dans chacune des Régions la période 1995-2013 est contributrice à plus de 50% des créations de structures brassicoles, avec une moyenne nationale de 59% des créations au cours de la période.

La Wallonie apparaît dynamiquement comme la région la plus contributrice à cette progression sur cette période (66%) bien que d'après les tableaux 3 et 4, on puisse établir que la Flandre participe à 56% de la création nette du nombre de brasseries, la Wallonie à 42% et Bruxelles à 2%.

Il faut néanmoins à nouveau préciser que ces estimations ne tiennent pas compte des créations non datées qui représentent en Wallonie 5,4% des sites (4/74) et 3,4% (4/117) en Flandre.

Graphique 10: Parts de brasseries créées par Provinces sur la période 1995-2013



Si les différents éléments présentés ci-dessus tendent bien à montrer un certain renouveau du paysage brassicole belge, nous nous sommes cependant attachés jusqu'ici à montrer en parallèle que celui demeure polymorphe et recouvre des réalités pour le moins divergentes. Néanmoins les différents acteurs réunis sur un même marché sont amenés à devoir composer les uns avec, mais aussi en fonction des autres.

4. Un marché intérieur saturé qui pousse les PME brassicoles à exporter et innover

Devant la concurrence des grands groupes, la capacité d'emprise sur le marché national se révèle limitée de plusieurs manières pour les PME brassicoles belges. Ces grands groupes fondent dans un premier temps leur stratégie sur l'acquisition de plusieurs marques et/ou brasseries nationales et internationales à fort potentiel marchand, de sorte à figurer parmi les meilleures ventes en différentes gammes dans les pays dans lesquels ils sont implantés. D'autre part, armés d'une puissance de frappe commerciale et publicitaire sans égale, ils installent en masse leurs produits : ils occupent la plus grande partie de l'espace des rayons dans les supermarchés, sponsorisent de grands événements tels que des festivals ou des compétitions sportives (etc.). Ils incitent en outre les établissements HoReCa, moyennant certains avantages économiques pour ces derniers, à la diffusion exclusive de leurs gammes de produits livrés aux établissements par « grappes ».

D'après Marc-Antoine De Mees :

« 99% des cafés ont des contrats d'exclusivité avec les gros brasseurs, raison pour laquelle il n'y a quasiment pas de cafés où vous avez des brasseries artisanales qui vendent leurs bières : c'est interdit. »

La mainmise des grands groupes sur la plupart des segments du marché, mais aussi dans une moindre mesure la concurrence des bières trappistes, constituent donc pour les PME brassicoles autant d'obstacles pour s'insérer sur le marché national. D'après M. De Mees, il ne resterait ainsi aux brasseries artisanales, pourtant les plus nombreuses, pas plus de « 10% » de parts de marché.

Face à ces contraintes intérieures d'une part, et d'autre part à l'engouement international suscité par la bière belge, les PME brassicoles ont pour la plupart de plus en plus recours à l'export de la plus grande partie de leur production (4.1.).

En parallèle, celles-ci cherchent à innover pour développer de nouveaux produits de sorte à s'ancrer aux marchés d'export sur lesquels elles figurent, notamment le marché américain, ainsi qu'aux nouvelles tendances de consommation nationales et internationales (4.2.).

Il semblerait que la dynamique qui s'opère autour de la bière biologique soit à comprendre dans ce cadre.

4.1. Exporter pour exister

« L'exportation, bon, ça c'est illimité parce que [...] le monde est grand ! »
Marc Dekeyser, Directeur Technique pour la Brasserie Dupont.

Il nous faut souligner à l'entame de ce point que la Belgique n'est pas la seule à être touchée par l'engouement trouvé ou retrouvé pour les bières au caractère artisanal ou local. Il s'agirait selon Sven Gatz d'un phénomène plus global qui s'expliquerait par le fait que « *Dans les pays développés, les amateurs boivent en moins grande quantité mais privilégient les bières spéciales, plus typées.*¹⁰⁶ » La progression du nombre de petits établissements brassicoles se vérifie ainsi également ailleurs en Europe, notamment en France et surtout aux Etats-Unis où les microbrasseries y fleurissent en abondance comme le révèlent ces données (2013) issues de la « Brewers Association » américaine¹⁰⁷ :

*« There are **2,538 breweries operating in the U.S. as of June 30, 2013, an increase of 446 breweries since June 2012.** The BA also lists an additional 1,605 breweries in planning at the year's*

¹⁰⁶ « *L'avenir.net* », « Bières : les spéciales prennent le large », 13 juin 2013. En ligne : http://www.lavenir.net/article/detail.aspx?articleid=DMF20130613_00323285, consulté le 06-12-13.

¹⁰⁷ BREWERS ASSOCIATION, « Brewers Association Reports Continued growth for U.S. craft brewers », Boulder, CO : Brewers Association, 19 juin 2013. En ligne : <http://www.brewersassociation.org/pages/media/press-releases/show?title=brewers-association-reports-continued-growth-for-u-s-craft-brewers>, consulté le 06-12-13.

midpoint, compared to 1,252 a year ago. As of June 30, 2013, the count of craft breweries was at 2,483, showing that **98 percent of U.S. brewers are craft brewers.** »



Source : Brewers Association, Boulder, CO, 2013.

Ayant atteint un minimum de 89 brasseries en 1976, la dynamique autour des bières artisanales qui survient aux USA depuis les années 90 vaut d'être mentionnée ici de par l'influence qu'elle exerce sur les PME brassicoles belges qui d'une certaine manière depuis quelques années redécouvrent à leur tour l'Amérique, trouvant là-bas une gigantesque terre de débouchés potentiels pour leurs produits.

Par ailleurs, sur une échelle strictement temporelle qui ferait fi des événements historiques ayant déterminé son profil, la courbe ici présentée pourrait en quelque sorte présenter des tendances comparables à l'évolution connue en Belgique, à la différence notoire toutefois que si l'on constate bien une augmentation du nombre de brasseries artisanales ces deux dernières décennies, la Belgique demeure aujourd'hui très loin de son record historique de brasseries tandis que les Etats-Unis l'ont pour leur part dépassé. Néanmoins, malgré cette différence la Belgique comporte toujours davantage de brasseries par habitant que les Etats-Unis.

La Fédération des Brasseurs Belges souligne dans son rapport d'activité annuel 2012 l'importance de l'industrie brassicole au niveau national et fournit quelques chiffres globaux qui permettent nettement d'entrevoir l'importance que revêt l'export pour les brasseurs belges :

« le secteur de la bière est un secteur fort, pleinement impliqué dans l'économie belge, et qui est devenu une véritable industrie exportatrice exerçant une influence positive sur le produit national brut.

» [...] Les brasseurs ont vu, en 2012, un peu plus de 60% de leur production totale partir à l'étranger. Avec 11.686.312 HL, ils ont progressé de minimum 5,4% par rapport à 2011. Sur une période de 10 ans, l'exportation de bière a haussé de plus de 70%, ce qui démontre l'énorme potentiel de croissance de la bière belge. Sa popularité augmente et donc, les brasseurs se concentrent de plus en plus sur le marché étranger. » (p.2.)

Figure 1 : Le secteur brassicole belge

De Belgische brouwerijsector - Le secteur brassicole belge <small>(In hectoliters - en hectolitres)</small>			
	2011	2012	Trends
Productie - Production	18.570.828	18.751.008	1,0%
Import	1.094.217	1.163.145	6,3%
Export	11.091.129	11.686.312	5,4%
Consumptie - Consommation	8.573.916	8.227.841	-4,0%
Consumptie per capita Consommation par habitant	78 L	74 L	

Source : BRASSEURS BELGES, 2013, *Op cit.*, p.21.

Avec une production totale de 18.751.008 HL dont 11.686.312 HL sont exportés (soit 62,32%), et une importation de 1.163.145 HL, la Belgique est donc largement exportatrice. Néanmoins la production belge ne représente pas plus de 1% de la production mondiale de bière (p.6).

Figure 2 : L'exportation de bières belges



Parmi les pays importateurs, la France reste de loin le premier débouché pour les bières belges (+ de 3.500.000 HL exportés en 2012) et tout particulièrement pour les bières spéciales, bien que les Brasseurs Belges dénoncent une politique récente menée par la France qui va à l'encontre des bières belges¹⁰⁸. Néanmoins, hormis dans quelques enseignes de supermarchés du

¹⁰⁸ Ces derniers ont d'ailleurs déposé deux plaintes contre la France en juillet 2013 et en avril 2014, qui font suite à l'augmentation qu'ils estiment discriminatoire de 160% des droits d'accises perçus sur la bière réalisée en 2012 dans le pays. Les Brasseurs Belges dénoncent une volonté de la France de favoriser sa production viticole au détriment de la bière et pointent le fait que l'exportation soit désormais en recul après plusieurs années de croissance, occasionnant

Nord de la France ou ailleurs en France chez des vendeurs ou bars spécialisés, on y trouve bien plus aisément des produits largement diffusés par des grands groupes que des bières artisanales, tels ceux des groupes AB Inbev (gamme Leffe en tête, Hoegaarden, Corona), Alken-Maës-Heineken (Grimbergen, Affligem, Desperados) ou encore le groupe Duvel qui sous la notoriété de son produit phare propulse ses autres bières dans les rayons (Duvel, Maredsous, Vedett). Les bières produites par les moines trappistes de Chimay se retrouvent également en bonne position.

Comme nous pouvons le constater à l'aide de la synthèse réalisée par les Brasseurs Belges (Rapport Annuel 2012, pp.25-30) dont est extraite la Figure 2, de même que la plupart des données pour cette partie, les Pays-Bas constituent également un marché structurellement important pour les brasseurs belges (plus de 2.000.000 HL), de même que l'Allemagne tend à le devenir, où l'on enregistre une très nette progression des exportations (d'un peu plus de 500.000 HL en 2000 à plus de 2.000.000 HL en 2012) (p.28). La plupart des autres pays européens affichent également une progression continue de leurs imports, quoique les volumes soient nettement moindres que pour les précédents pays cités.

Ainsi au niveau intra Union Européenne, les brasseries belges accusent une progression de 77,79% des exports sur la période 2000-2012 (de 5.108.924 HL exportés à 9.083.243 HL), tandis que celle-ci est de 613,33% (!) au niveau extra communautaire sur la même période (de 364.916 HL à 2.603.069 HL) (p.27).

C'est donc vers ces nouveaux marchés que se porte particulièrement l'attention des brasseries, dont certaines ne sont pas à même de soutenir la demande actuelle. Hors de l'U.E., les Etats-Unis apparaissent en tout premiers comme la terre de débouchés la plus empruntée sur la période 2000-2012 (de 66.448 HL importés en 2000 à 1.297.833 HL en 2012 et 48,8% des exports totaux hors U.E. en 2012), suivie du Canada. Le Japon semble également constituer un nouveau débouché plein de promesses, qui dynamiquement représente le marché le plus croissant entre 2011 et 2012 (de 92469 HL à 200.015 ; +216,3%) (p.29).

A terme il semblerait également que les économies émergentes soient visées par les brasseurs belges, notamment la Chine (certaines dont deux des brasseries étudiées y exportent déjà ou sont en passe d'y exporter) et le Brésil qui constituent des marchés gigantesques. Pour cela l'un des brasseurs rencontrés affirmera même que si le groupe étouffe la concurrence sur le

un manque à gagner pour eux. (DH.Be : <http://www.dhnet.be/conso/consommation/les-brasseurs-belges-introduisent-une-nouvelle-plainte-contre-la-france-aupres-de-l-europe-5347bcf43570d35ce3eba98e>, le 24.04.14.)

plan national, AB InBev (en partie brésilien) se révèle souvent, qui l'eut cru, être le meilleur allié des brasseurs belges à l'international :

« Alors là, étrangement notre meilleur allié c'est InBev, parce que c'est lui qui ouvre tous les marchés à la bière belge. Si InBev n'avait pas été là ce serait pour moi impossible de vendre au Brésil et en Chine comme je le fais aujourd'hui. Parce que c'est eux qui ouvrent la porte. Et puis alors quand vous arrivez derrière InBev en disant : « - Ouais, mais nous c'est la même chose mais en meilleur », à des gens qui découvrent un produit, bah nous on sait vendre. C'est ce qui se passe aux Etats-Unis quoi, hein. Aux Etats-Unis les gens sont encore curieux parce qu'ils ont été tellement assommés avec des bières infâmes qu'ils découvrent ce qu'est la bière spéciale... »
(Marc-Antoine De Mees)

Pour compléter le tableau d'ensemble dressé jusqu'ici, analysons à présent les témoignages livrés par les individus enquêtés qui illustrent plusieurs aspects du positionnement des PME brassicoles face à l'export. A noter que :

- Deux des cinq brasseurs enquêtés affirment exporter ; deux n'évoquent rien
- L'un d'entre eux le fera probablement à l'avenir ;
- Un autre n'évoque rien qui concerne ce sujet au cours des entretiens effectués ;
- ressort du lot la brasserie de la Lesse qui, entre autres singularités, fait mine de développer une façon de faire qui n'ouvre guère la porte à l'export

➤ **Brasserie Dupont :**

Le Directeur Technique de la brasserie Dupont, Marc Dekeyser, beau fils de son emblématique dirigeant Marc Rosier (1964 à 2002), déclare que la brasserie réalise « à peine 10% » de ses ventes en grandes surfaces en Belgique, là où il estime que « les brasseries belges en général c'est 40% ». Toutefois devant le manque de précisions quant aux éléments qui ont conduit à cette estimation d'une part, et d'autre part le fait que nous n'ayons pu trouver de données sur ce point, nous ne sommes pas en mesure ni d'infirmer ni d'affirmer cette assertion. Il ajoute que la brasserie Dupont a connu une augmentation de ses ventes intérieures de « 10% l'année passée » et estime pour sa part qu' « il y a encore une belle marge », ce qui nuance quelque peu le pessimisme d'autres brasseurs : « on sait très bien que sur le marché belge on peut encore se développer ».

En matière d'export, la brasserie s'y adonne depuis de nombreuses années, que ce soit pour ses bières spéciales (et parmi elles les bières biologiques), et même pour sa méconnue Pils Rédor que Dupont vend jusqu'aux Etats-Unis. Marc Dekeyser semble ainsi se révéler tout à fait optimiste quand à l'avenir de la brasserie, qui par ailleurs était en plein chantier d'agrandissement de ses locaux lorsque nous nous y sommes rendus (avril 2013) :

« ... et puis après l'exportation, bon ça c'est illimité parce que... (s'arrête) [...] on fait 40% d'exportation dans nos ventes, mais... le monde est grand hein ! Aux Etats-Unis on fait avec... On a un

exportateur exclusif sur les Etats-Unis qui à lui seul nous prend 20% de notre production, mais il peut encore se développer et s'étendre hein ! Donc là on n'a pas peur quoi... »

Remarquons qu'avec 40% déclarés d'exportation de sa production totale et 10% vendue en supermarché en Belgique, il resterait tout de même 60% de la production de la brasserie qui s'écoulerait en Belgique au travers des différents canaux existant (grande distribution, HoReCa, distributeurs et commerces spécialisés, vente directe à la brasserie et événements festifs). Pour autant, Marc Dekeyser déclare avoir « *encore pas mal de travail à faire en Belgique* ».

A l'export ce sont les Etats-Unis qui représentent le principal débouché avec 50% de l'export total. Le « *marché asiatique* » commence également « *aller, à frapper à la porte...* » de la brasserie et, en plus de vendre « *aux Japonais depuis des années* », celle-ci devrait « *vendre en Chine très prochainement, il y a une première commande qui est lancée ici...* » par l'intermédiaire de quelqu'un « *qui réunit de grosses ambitions...* »

Si d'un côté Marc Dekeyser se montre donc vraiment peu inquiet, il prône néanmoins une certaine retenue à un développement effréné de la brasserie et reste avant tout attaché comme nous l'avons évoqué plus haut au souci d'une production de qualité, dans un environnement de travail viable :

« On refuse parfois des marchés parce qu'on n'arrive pas à suivre au niveau production. Faut pas se brûler hein ! C'est toujours dangereux et puis c'est risquer aussi d'en pâtir sur la qualité donc... »

- Vous préférez avancer à petits pas mais en gardant toujours votre savoir-faire ?

Ouais c'est ça, ben voilà quoi, on.... Bien sûr que notre but c'est de développer la brasserie, mais...

- ... C'est votre image de marque aussi qui..., enfin du coup la qualité de vos produits c'est votre...

Ben oui, mais on peut pas se laisser emporter par... On a souvent des gens qui veulent importer pour nous dans tous les pays du monde, mais on refuse, on refuse. On garde nos clients et bien sûr on veut, on veut grandir mais faut que ça reste réalisable au niveau technique aussi, et pour les hommes aussi. »

La brasserie Dupont présente ainsi le profil d'une brasserie familiale solide, appartenant à la famille Dupont depuis 1920 et qui, tout en restant attachée à ses valeurs et traditions, a su jusqu'ici profiter sans se fourvoyer des opportunités commerciales qui s'offrent à elle. D'après Marc Dekeyser, l'entreprise qui compte « *une vingtaine* » de salariés et enregistre actuellement une progression « *plus ou moins de 15% tous les ans actuellement ; enfin, au dessus de 10% je vais dire* », constitue une « *PME d'une belle petite taille, quoi* » :

« on a déjà une brasserie avec beaucoup de bières différentes, beaucoup d'articles différents et beaucoup de conditionnements. [...] Ca devient oui... c'est plus une petite brasserie artisanale, ça c'est clair. [...] mais ça reste une petite brasserie hein ! Par rapport à..., aux bières trappistes qui sont fort connues en Belgique on est encore petit quoi, mais ça devient... ça devient bien quoi... »

L'entreprise est ainsi aujourd'hui « *la plus grande* » du village où elle est sise, que Marc Dekeyser définit non sans un brin d'humour comme :

« la brasserie c'est sûr que c'est... c'est le centre du village quoi, puisque l'Eglise n'est plus, n'est pas au centre du village, on a la brasserie ! »

➤ **Brasserie de Brunehaut :**

Le propriétaire et gérant de la brasserie, Marc-Antoine De Mees, livre un point de vue assez différent du précédent, issu d'une position elle-même quelque peu atypique dans le monde de la brasserie artisanale :

« J'ai commencé mon expérience dans la brasserie quand j'ai commencé ma carrière professionnelle. J'étais patron d'une boîte qui fabriquait des équipements pour l'industrie brassicole. En l'occurrence c'est moi qui ai vendu les trois premières..., les trois cuves de fermentation à l'ancien propriétaire de la brasserie ici. C'était une toute petite commande qu'on avait pris... J'ai construit, enfin on a construit la moitié des nouvelles usines de Jupille¹⁰⁹ et de Louvain¹¹⁰ pour Stella Artois et Jupiler, qui est un monstre qui fait des millions d'hectos par an... [...] c'est nous qui avons fait la salle de brassage de Jupille et toute la cave de fermentation de Louvain. ... Méga contrat (fier) ! Donc j'ai vendu des usines pour faire de la bière pendant 10 ans, partout dans le monde : en Chine, en Amérique du Sud, au Brésil, au Mexique, enfin un peu partout... Et puis je suis devenu Manager de Crise, donc j'ai redr... ; mon job c'était de redresser des sociétés en difficulté. Mais pour d'autres, pour des actionnaires qui venaient me demander : « - C'est une catastrophe, ma société est au bord du dépôt de bilan, est-ce que vous pouvez venir remettre de l'ordre ? » quoi. Donc c'est ça que je faisais. Jusqu'au jour où il y a un des actionnaires de Brunehaut qui est venu me voir... »

« ... j'ai racheté la brasserie fin 2006. Elle était tombée en faillite et donc j'ai racheté..., enfin on a recommencé les activités au début de 2007. »

« Moi je suis pas un vrai brasseur moi, c'est pas moi qui brasse... Moi je suis un commercial, j'aime beaucoup la technique, j'ai travaillé dans le « business to business » toute ma vie jusqu'au moment où j'ai racheté cette entreprise en me disant : « - Oh bah, tiens, c'est un chouette défi, j'ai un peu l'esprit entrepreneur... », mais, si vous voulez, je ne suis pas le cuisinier qui aime être dans sa cuisine toute la journée et surtout ne pas voir les gens qui sont en dehors. Mais il y a beaucoup de brasseurs qui sont comme ça... »

Récemment acquiescent de la brasserie après avoir longtemps été durant sa carrière professionnelle « un commercial », sa vision actuelle semble globalement assez critique envers des pratiques brassicoles industrielles qu'il a par ailleurs contribué à asseoir dans une autre vie professionnelle. Il gère désormais une PME de « *quatre et demi en équivalent temps plein. Plus des intérimaires quand on fait le soutirage* », qui produit 4 à 5 fois moins que la brasserie Dupont :

« 4.000 ; un peu moins de 4.000 hectos. [...] ; si on continue comme ça on tourne à peu près à 5.000 hectos. [...] si j'engageais un deuxième brasseur bah on pourrait faire plus que 5.000, parce qu'ici j'ai un jour creux en fait quoi. Mais bon, voilà. [...] sans investissement et avec le même personnel... euh..., 5.000 hectos, ouais. Donc on sait encore faire un gros 1.000 en plus que ce qu'on fait maintenant. »

Et d'ajouter que puisque la brasserie a « *quadruplé le volume depuis qu'on a repris en 2007* », cela fait aujourd'hui d'elle « *Une brasserie artisanale. On n'est plus une microbrasserie...* »

¹⁰⁹ Jupille-sur-Meuse, brasserie Piedboeuf (groupe AB Inbev)

¹¹⁰ Leuven, AB Inbev

Si dans ce succès l'export constitue la plus grande part des ventes de la brasserie, Marc-Antoine De Mees semble néanmoins le déplorer d'une certaine manière :

« Quand j'ai repris la brasserie ils exportaient un peu moins de 20% du chiffre d'affaire, aujourd'hui on exporte 75% quasiment... »

» [...] que j'exporte 75% de ma production, c'est pas du tout par plaisir. Tout le monde trouve ça fantastique, incroyable pour une PME de 5 personnes, c'est fanta... Alors c'est vrai que c'est un tour de force, mais je préférerais de loin vendre toute ma production de Tournai ici jusqu'à Bruxelles, et il y a de quoi hein ! Mais il faudrait juste qu'il y ait 10% de gens qui boivent moins de Leffe, ou boivent une bière artisanale à la place de boire une Leffe. »

L'objectif affiché par Marc-Antoine De Mees est de donc « *rester artisanal* » pour ne pas devoir « *passer en industrie* ».

« ça veut dire qu'on devrait arriver à 12.000 hectos, en gros, et à 12.000 je pense que c'est une espèce de pas ou une limite qui permet de rester encore petit et sympa. »

Malgré ce souhait formulé, Marc-Antoine De Mees semble ne pas ménager sa peine pour développer son entreprise ; aussi en esprit « *commercial* » qui s'affirme comme tel celui-ci paraît s'intéresser de très près aux débouchés de ses produits :

« je veux connaître les gens à qui je vends. Et donc je voyage beaucoup, on vend maintenant dans 25 pays différents et j'essaye le plus possible de vraiment bien connaître mes importateurs, mes distributeurs et si possible les clients finaux. Par exemple aux Etats-Unis je vais certainement deux, trois-quatre fois par an... Moi j'ai fait ce qu'on appelle des « road-show », aller faire des petites conférences, des dîners, des « tastings », pour être en contact avec mes clients quoi. C'est super important je trouve.

- Pourquoi ?

Bah pour sentir comment..., comment ils apprécient, ce qu'ils aiment..., ce qu'ils apprécient dans notre bière, ce qu'ils nous recommandent..., là où on doit peut-être imaginer de faire des petites modifications, faire des nouveaux produits... Bon, c'est important du début jusqu'à la fin quoi. Si on est dans sa tour d'ivoire et qu'on ne voit pas ce qui se passe derrière et ce qui se passe devant, bah on n'a ni contact avec comment est fait notre produit, ni comment il est perçu sur le marché [...] Mais il y a beaucoup de brasseurs qui sont comme ça... »

In fine, Marc-Antoine De Mees qui tantôt dénonçait la concurrence des Leffe et consorts au niveau national et tantôt soulignait l'aide indirecte aux brasseries belges procurée par le groupe AB InBev, ne se prononce guère sur la cohérence qu'il pourrait y avoir à vouloir à la fois « *rester artisanal* » et « *vendre dans 25 pays* », en dehors de la volonté répétée de vouloir tout simplement « *fabriquer l'une des meilleures bières du monde* ».

➤ **Brasserie Ellezelloise (des Légendes) :**

Aucune donnée ne nous a été communiquée en entretien sur les circuits de vente de la bière. A signaler tout de même que lorsque je me suis rendu à la brasserie pour effectuer l'entretien plusieurs palettes étaient en cours d'emballage avant export.

➤ **De Plukker brouwerij :**

La microbrasserie de Plukker, située à proximité de Poperinge, est la plus petite de notre échantillon avec une production d'actuellement « 140 Hectos par an ». Celle-ci a vu le jour en novembre 2011 sur l'exploitation agricole (houblonnière) de Joris Cambie, qui auparavant ne s'occupait que de cette dernière.

Bien que Joris Cambie estime que sa brasserie ne lui rapportera rien dans l'immédiat : « ... *gagner de l'argent [...] Peut-être dans dix ans ou pour la génération prochaine mais pas pour moi je pense parce que ça demande beaucoup de temps, beaucoup d'argent, c'est énorme ! [...] on n'a que deux problèmes, c'est le temps et l'argent, c'est tout.* », il espère néanmoins qu'à terme celle-ci pourrait continuer de se développer jusqu'à devenir rentable, notamment grâce à l'export :

« on s'est dit que quand tout serait en ordre, au point, on pourra alors regarder pour faire de l'export parce qu'on peut vendre un peu par ci, par là, mais c'est toujours le même problème pour les petits brasseurs, à la fin la plus grande part s'en va à l'extérieur.

» [...] Ils sont intéressés en Amérique ! Il y a déjà des importateurs là-bas qui font des affaires avec des autres, des bien connus comme Dupont [...]. Ils disent : « c'est une histoire exceptionnelle, ça donne quelque chose en plus, donc on est intéressés. Demain on voudrait travailler avec vous quand tout sera en ordre. » Ils ont même dit : « Dès que vous serez prêts, vous pourrez commencer avec quatre palettes de bière en grande bouteille. » »

A nouveau, nous voyons donc au travers de cet exemple l'intérêt suscité outre-Atlantique par la bière belge, que certains distributeurs semblent prêts à importer même en petites quantités, quand bien même les brasseries ne jouiraient pas encore d'une renommée véritable.

➤ **Brasserie coopérative de la Lesse :**

Enfin, la brasserie coopérative de la Lesse, entre autres particularités, fait office d'exception quant à l'export par rapport aux précédentes situations évoquées puisque ses dirigeants ont décidé dès l'ouverture de celle-ci en 2012 de ne pas y recourir, en accord avec certaines convictions qui sont les leurs :

« ... nous on cherche un développement qui soit le plus local possible. Donc nous on a..., c'est écrit dans nos statuts, on veut... C'est une coopérative à Finalité Sociale (FS) et on veut participer à la relocalisation de l'économie et donc nous on veut une bière locale. [...] On a été contactés par des importateurs : on a dit « non, on veut pas exporter, ça nous intéresse pas, nous ce qu'on veut c'est un développement local ». Le plus local possible, donc nous d'abord c'est Rochefort et les Communes aux alentours, ensuite la Province de Namur et puis après éventuellement un peu Bruxelles et le Luxembourg, voilà, sur cet axe là. Donc ça c'est le développement qu'on cherche. [...] nous on veut vraiment être local et accessible à tout le monde. »

Outre des raisons sociales au refus d'exporter, Norbert Buysse invoque également des raisons écologiques et relativise son inscription dans le monde brassicole belge et sa longue tradition:

« on ne veut pas exporter parce que pour nous ça n'a pas de sens de... Pour nous en fait l'export n'a pas de plus-value... Il n'y a pas de bénéfice, ni social, ni environnemental. Parce que ? Social, parce qu'un petit brasseur français peut faire la même chose que nous en France. On peut pas faire acte nous qu'on a un savoir faire ancestral, on a deux ans, hé c'est bon... ! On est à l'heure où tout le monde peut se renseigner sur internet et tout donc nous on peut pas dire qu'on est des brasseurs, qu'on fait de la bière belge quoi. Et donc pour nous, voilà quelqu'un d'autre... (baussant le ton) Il y a un mouvement maintenant hein ! Il y a plein de microbrasseries qui naissent à gauche – à droite : en Italie, en France, voilà... Donc nous on dit que quelqu'un peut faire la même chose que nous là-bas, localement. Et donc ça sert à rien, pas de bénéfice social, et donc du coup non plus, pas de bénéfice environnemental parce qu'on va pas... On transporte de l'eau quoi, quand on transporte de la bière... ! »

Cette posture pousse également ces brasseurs *ex nihilo* à prendre des positions tranchées par rapport à certains usages ayant cours dans le monde brassicole, comme nous le reverrons plus en détail à la suite. Interrogé sur l'un des paradoxes importants que nous avons relevé concernant la bière « belge », à savoir le fait qu'en réalité pas ou très peu de bières sont produites à partir de matières premières 100% belges, NB fait preuve d'un point de vue assez critique :

« ... il y a quand même qu'1% de l'orge qui est utilisée dans la bière belge qui est produite en Belgique hein ! C'est quand même pas des masses non plus... »
» [...] ... en Belgique on met en avant « Bière Belge » pour exporter et la matière première n'est même pas cultivée en Belgique ; bah oui, c'est vrai, c'est un peu scandaleux quoi, hein !? »

En définitive, si la bière belge une fois produite doit s'exporter au travers du monde pour permettre aux petites brasseries de se développer, celle-ci reste largement tributaire pour sa production de l'importation de matières premières qui ne seront « que » transformées sur le sol belge. On pourrait en ce sens parler d'un « double paradoxe » qui caractérise ce que NB nomme le « modèle brassicole belge » : les brasseurs belges sont doublement dépendants de l'extérieur, d'abord pour se procurer les matières premières nécessaires, puis pour écouler leur production et pouvoir croître :

« les brasseurs qui démarrent ils l'ont pas facile et donc pour pouvoir faire du volume ils sont obligés d'exporter. C'est plus facile, tous les brasseurs le disent hein ! C'est plus facile d'exporter que de vendre en Belgique. »

» [...] ... directement on cherche à exporter parce qu'il faut rentabiliser des investissements qui sont importants et c'est très difficile de se développer localement parce que... Parce que tout est cadencé par les brasseurs, les négociants-brasseurs... [...], on rentre pas dans l'Horeca en fait ! »

Et de conclure :

« [...] c'est le modèle brassicole belge quoi ! »

Toutefois, pour contrer ce modèle, la brasserie a su immédiatement tirer profit de son statut de coopérative, au travers de son réseau de coopérateurs (150 personnes physiques ou morales) qui lui ont permis de rencontrer un certain succès dès le début :

« Alors nous on a utilisé des autres circuits, on a utilisé le circuit court, on a utilisé le réseau des coopérateurs et donc pour le début de la commercialisation c'est tout à fait non conventionnel quoi. Au début les premiers mois il y a rien qui passait par des magasins, ça partait par les coopérateurs. Il y en a un qui venait : « - moi je prends 10 casiers ; - moi je prends ça... ». Ça distribuait comme ça, donc ça partait. Et peu à peu on a commencé à rentrer dans des points de vente comme ça [Magasins du monde-Oxfam], plus à la ferme, etc. et on est finalement chez deux..., chez trois dépositaires, des négociants-brasseurs. C'est pas beaucoup, on est que chez trois,

et malgré tout, voilà, maintenant on arrive à vendre 5.000 litres par mois avec notre réseau, comme ça. On est parvenus à une bonne pénétration du marché grâce à ce réseau de coopérateurs. »

Les jeunes brasseurs ont produit « 600 hectos » au terme de leur première année de production (2012) et espèrent « pour 2013 [...] pouvoir tourner aux alentours de... je sais pas moi, 1.000 hectos. Faire 1.000 hectos ce serait bien. » NB estime donc être aux commandes non plus d'une microbrasserie, mais plutôt d'une « petite brasserie artisanale ».

4.2. Innover pour ouvrir de nouveaux marchés

Selon la Fédération des Brasseurs Belges :

« L'innovation demeure une constante dans le choix et la politique des brasseurs belges. Les nombreux investissements effectués par bon nombre de petites et moyennes brasseries sont très divers mais sont toujours axés sur la durabilité. Cela peut se traduire par une baisse de consommation d'eau, une baisse de la consommation d'énergie, une utilisation plus efficace des matières premières ou des méthodes de production plus durables.

Même au niveau de la bière, les brasseurs ne se reposent pas sur leurs lauriers : ils gâtent les consommateurs en proposant de nouvelles saveurs, de beaux verres, des emballages originaux... » (CBB, rap annuel 2012, p.2.)

Durant les dernières années, les PME brassicoles belges ont fait preuve d'une grande capacité d'innovation commerciale pour satisfaire à la demande des marchés d'export, de même que pour séduire de nouveaux consommateurs sur le marché national.

A la suite du groupe Duvel-Moortgat, qui avec sa brasserie d'Achouffe semble ces dernières années s'être le plus spécialisé dans la production de bière d'abord pensées pour les marchés d'exportation (américain et néerlandais en particulier¹¹¹), les PME brassicoles ont notamment développé en réponse aux goûts des consommateurs, toute une série de bières fortement houblonnées qui associent des combinaisons de variétés aromatiques et font fréquemment recours à la technique du « dry hopping », celle-ci conférant à la bière une amertume plus tonique. Se sont ainsi multipliées les bières « Tripel Hop », souvent élaborées dans ou autour du style Indian Pale Ale (IPA). Si ce sont avant tout les anglo-saxons qui se révèlent en être le plus friands, il semblerait que les consommateurs belges ne soient pas en reste puisque quelques brasseries commercialisent également en Belgique des bières de la sorte, Nous pouvons par exemple citer parmi les plus fréquemment rencontrées en grande distribution les bières du groupe Duvel-Moortgat : « Duvel Triple Hop » et « Chouffe Doebelen IPA Triple Hop » ; La

¹¹¹ « Chouffe Dobbels Bock » et « Chouffe IPA Triple Houblon » sont deux exemples de bières conçues à l'origine par Duvel-Moortgat pour le marché américain et commercialisées depuis plusieurs années en Belgique.

« Palm Hop Select » de la brasserie Palm ; la « Hopus Primeur » de la brasserie Lefèvre ; la « Martin's IPA » de la brasserie Martin's, etc.

Sur le marché national et les marchés européens, nous avons vu apparaître ou réapparaître au cours de la dernière décennie de nombreuses bières blanches, bières aux fruits, bières aromatisées¹¹² et autres bières légères. Un certain nombre d'entre elles sont plus spécialement destinées à une clientèle féminine comme l'affirment sans détour certains brasseurs, telles que les bières aux fruits ou bières blanches, à l'instar de la bière « Ginette » créée en 2009 et voulue par ses créateurs « *avec un petit côté féminin innovant dans un domaine souvent masculin*¹¹³ ». Par ailleurs à destination de la clientèle féminine, on a aussi vu la brasserie Huyghe innover commercialement en lançant une « Journée de la bière et des femmes » dont la seconde édition s'est tenue le 25 janvier 2014. Pour cette occasion la brasserie brasse une bière, la « Deliria », dont une partie de la production est là encore destinée à l'export¹¹⁴.

Quoique que chacun puisse penser de ce genre d'initiatives des brasseurs, pour le meilleur ou pour le pire, force est de constater que certains font parfois preuve d'une grande inventivité pour accroître leur visibilité et capter de nouvelles parts de marché.

Par ailleurs comme nous avons pu le voir en amont au travers de la Carte blanche de brasseurs artisanaux belges qui dénoncent les « faux » brasseurs, on relève également de l'innovation dans les formes prises par les entreprises brassicoles, avec ce qui pourrait relever d'une étape supplémentaire dans la chaîne de division du travail brassicole, avec d'une part des « faux » brasseurs au col blanc qui établissent des recettes suivant les orientations du marché et vendent les bières techniquement produites par de vrais brasseurs au col bleu d'autre part. Ce faisant on assiste à une multiplication des statuts juridiques adoptés suivant la nature de l'activité *réellement* exercée au sein du monde brassicole.

La Belgique n'échappe pas non plus au « phénomène microbrasserie » apparu ces dernières années avec un certain nombre d'établissements de très petite taille qui ne brassent en leur sein que quelques centaines d'hectolitres. De par leur jeunesse et leur taille, ces brasseries semblent plus à même d'adopter des lignes de marche singulières, voire marginales. Tel est par

¹¹² Parmi les créations originales récemment apparues et outre la batterie d'épices déjà employée par de nombreux brasseurs belges, on trouve par exemple des bières au poivre noir, ou même à l'ail...

¹¹³ Propos cité dans : DILLON, Didier, « Ginette, blanche, bio et savoureuse », *BIOinfo*, n°113, Octobre 2011, p 24.

¹¹⁴ Beer.be, « Journée de la bière et des femmes », En ligne : <http://beer.be/journee-biere-et-femmes-ce-25-janvier-2014/>, consulté le 15-05-14.

exemple le cas de la microbrasserie De Plukker (Joris Cambie) ou de la microbrasserie Jessenhofke¹¹⁵ qui apparaissent comme des exceptions en Belgique en ne développant qu'une gamme de produits exclusivement biologiques, ce qui là encore fait figure d'innovation dans la démarche. Il faut toutefois noter que certains de ces établissements, comme c'est le cas de Jessenhofke ont parfois également recours aux services des établissements spécialisés dans le brassage pour des tiers et se rapprochent ainsi des structures décrites par certains brasseurs artisanaux autrement établis.

Aussi, le cas de la brasserie coopérative de la Lesse vaut à nouveau ici d'être mentionné qui, s'il reste à notre connaissance encore unique en Belgique, ne nous apparaît pas dénué d'intérêt dans le fond ni dans la forme. Le caractère coopératif de l'entreprise semble pouvoir permettre de rapprocher les brasseurs de leurs investisseurs, partenaires professionnels et clients qui parfois sont les mêmes, en les associant par exemple à certaines décisions concernant la brasserie au cours d'assemblées générales ou en favorisant une communauté d'intérêts au travers d'activités complémentaires (producteurs agricoles – brasseurs). Par ailleurs la Finalité Sociale de l'activité limite légalement la rémunération du capital des investisseurs et implique un engagement de l'entreprise dans un certain nombre d'activités connexes à sa marche et ayant un bénéfice social qui dépasse son propre cadre.

Nous venons de tenter de décrire certaines caractéristiques importantes qui façonnent le paysage brassicole belge. Un tel détour, s'il a pu sembler en être un, paraissait toutefois indispensable afin de mieux cerner les états de faits et comprendre les problématiques diverses qui parcourent le monde brassicole belge. Cette compréhension préalable s'avèrera utile à présent que nous allons nous pencher plus en avant dans la compréhension du phénomène de la bière biologique.

¹¹⁵ Brasserie Jessenhofke : http://www.jessenhofke.be/fr/22_brouwerij.html, consulté le 15.05.14.

CHAPITRE III : LE MODE DE PRODUCTION BIOLOGIQUE : SES ENJEUX, DEFIS ET CONTRAINTES POUR LES ACTEURS DE LA FILIERE BRASSICOLE WALLONNE

1. Le mode de production biologique

De même que pour l'histoire brassicole, notre objectif n'est pas de retracer ici exhaustivement l'histoire du développement de l'agriculture biologique (AB) en Europe et en Belgique mais d'en préciser les différentes origines, les principes qui la sous-tendent, ainsi que le cadre juridique en vigueur.

1.1. Origines

Le mode de production biologique trouve son origine en Europe dans les années 30, au carrefour de différentes influences :

« L'agriculture biologique voit le jour en Europe vers les années 30, d'abord avec le mouvement biodynamiste [...] puis par la suite et à différentes époques avec l'approche organo-biologique développée en Suisse, France et Angleterre durant les années 50 à 70. ¹¹⁶ »

D'après Catherine De Silguy¹¹⁷, bien que « *ses bases et ses méthodes [soient] dans la continuité de celles qui étaient utilisées par la plupart des paysans du siècle dernier* » (XIX^{ème} siècle), « *le développement de l'agriculture biologique s'est fait en plusieurs étapes liées aux contextes socioéconomiques et aux mouvements d'idées des époques correspondantes.* ». Selon l'auteure, trois courants principaux ont ainsi chacun contribué au développement de l'AB :

- L'anthroposophie : apparu au début du XX^{ème} siècle sous l'influence de Rodolph Steiner, ce courant débouchera sur la création de la biodynamie en 1924, toujours utilisée aujourd'hui, notamment en viticulture. La biodynamie met en garde contre un usage excessif d'engrais chimiques et repose sur la prise en compte du calendrier et des forces telluriques et cosmiques, associée à l'usage de « bio-catalyseurs » (composts à base de substances végétales).
- Le mouvement pour une agriculture organique : apparu en Grande-Bretagne après la 2nde Guerre Mondiale, ce mouvement met en avant l'usage fondamental de l'humus pour

¹¹⁶ COLLECTIF, *Agriculture biologique : situation et perspectives. Comptes-rendus du colloque organisé par l'Association Universitaire pour l'Environnement (26 Novembre 1988)*, Gembloux : éditeur indéterminé, 1989, p13.

¹¹⁷ DE SILGUY, Catherine, *L'agriculture biologique*, Paris : Puf, Coll. « Que sais-je », 1991, pp.7-12.

l'équilibre biologique et la fertilité des sols et souligne à son tour les effets bénéfiques du compost sur les rendements et la qualité des sols.

- Le mouvement pour une agriculture organo-biologique : sans doute le plus proche de la définition retenue pour l'agriculture biologique moderne, ce mouvement fit de nombreux adeptes en Europe et notamment en France, à l'instar de Claude Aubert¹¹⁸. Ses objectifs sont d'ordre économique et sociopolitique : protection de l'environnement, qualité de l'alimentation, autarcie des producteurs et circuits courts de production/consommation. Le mouvement organo-biographe est à l'origine de la création de l'A.S.B.L « Nature et Progrès » en 1964. Celle-ci fut à son tour à l'origine de la création de l'IFOAM (Fédération Internationale des Mouvements d'Agriculture Biologique) en 1972, en collaboration, notamment, avec la « Soil Association » (Angleterre et Australie) et l'« Association biodynamique danoise »¹¹⁹. Cette même année, « Nature et Progrès » publia son premier cahier des charges privé, qui sera officiellement homologué par les Pouvoirs publics français en 1986 et dont l'Union Européenne s'inspirera, via l'IFOAM, pour établir la base de la réglementation communautaire. Signalons enfin, pour clore ce point, que l'IFOAM compte aujourd'hui parmi ses membres les principaux organismes certificateurs que sont « Ecocert » en France (qui attribue le label « AB ») et « Certysis » – anciennement Ecocert Belgique – et « TÜV NORD INTEGRA – Division Blik » (qui attribuent le label « Biogarantie »).

Au départ marginal, voire excentrique pour certains, le mode de production biologique s'est peu à peu développé pour devenir une véritable alternative à l'agriculture dite conventionnelle. C'est à partir des années 1970 et plus encore dans les années 1980 que le mode de production biologique a véritablement commencé à prendre de l'ampleur :

« Un réel démarrage se fait sentir dans les années 70 et se poursuit encore actuellement. Le début des années 80 permet, sans nul doute de soustraire l'AB de la marginalité dans laquelle elle est confinée et ce mouvement connaît alors une approche plus professionnelle.

Toutefois, il faut le remarquer, l'ensemble de cette évolution est bâtie essentiellement sur un travail des associations où producteurs, consommateurs, techniciens, mettent en place des structures souvent sur base du bénévolat, qui permettent de créer un marché que plus personne ne peut contester.¹²⁰ »

¹¹⁸ Ingénieur-agronome de formation, Claude Aubert fut un temps Secrétaire général de « Nature et Progrès » et membre du conseil d'administration de l'IFOAM. De par son engagement et les fonctions qu'il exerça, il jouera à partir des années 60 un rôle important dans la définition et la promotion de l'agriculture biologique en France et en Europe. Pour une notice biographique plus détaillée, voir : <http://leretouralaterre.fr/accueil/partenaires/personnalites/claude-aubert/>, consulté le 26.11.13.

¹¹⁹ http://fr.wikipedia.org/wiki/International_Federation_of_Organic_Agriculture_Movements, consulté le 26.11.13.

¹²⁰ COLLECTIF, *Agriculture biologique...*, Op. cit., p.13.

Il est dès lors devenu impératif pour les pouvoirs publics de définir un cadre juridique applicable à l'agriculture biologique.

1.2. Définition, principes et objectifs

Suivant les pays et/ou les époques, on a tantôt parlé d'agriculture « fermentaire », tantôt « biodynamique », « organique » ou encore « écologique », sans qu'aucun de ces termes ne soit réellement à même de rendre compte d'une définition exacte de l'agriculture biologique, autrement dénommée « agrobiologie »¹²¹. C'est donc finalement l'expression « agriculture biologique » qui s'imposera chez les francophones, tandis que les anglo-saxons adoptèrent pour leur part le vocable « organic agriculture ». Il demeurera néanmoins une certaine controverse autour de l'appropriation du terme « biologique », d'où la nécessité rapidement apparue de donner une définition précise à l'agriculture biologique.

Claude Aubert, pionnier de l'AB en France, proposa en 1970 cette tentative de définition :

*« Agriculture basée sur l'observation et les lois de la vie, qui consiste à nourrir non pas directement les plantes avec des engrais solubles mais les être vivants du sol qui élaborent et fournissent aux plantes tous les éléments dont elles ont besoin. »*¹²²

La définition officielle retenue par l'Union Européenne est la suivante :

*« La production biologique est un système global de gestion agricole et de production alimentaire qui allie les meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production respectant la préférence de certains consommateurs à l'égard de produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels. »*¹²³

Dans un audit réalisé par la Cour des Comptes Européenne en 2012, on peut encore lire :

*« La production biologique [...] vise à assurer une agriculture durable et la production de denrées de haute qualité par l'utilisation de procédés qui ne nuisent pas à l'environnement, à la santé humaine, à la santé des végétaux ou à la santé et au bien-être des animaux. »*¹²⁴

Le Règlement n° 834/2007 du Conseil précise encore :

*« Le mode de production biologique joue ainsi un double rôle sociétal: d'une part, il approvisionne un marché spécifique répondant à la demande de produits biologiques émanant des consommateurs et, d'autre part, il fournit des biens publics contribuant à la protection de l'environnement et du bien-être animal ainsi qu'au développement rural. »*¹²⁵

¹²¹ DE SILGUY, *Op. cit.*, pp.4-5.

¹²² AUBERT, Claude, *L'Agriculture biologique. Une agriculture pour la santé et l'épanouissement de l'homme*, Paris : Le Courrier du Livre, 1970, cité in DE SILGUY, *op. cit.*, p.5.

¹²³ Considérant 1 du Règlement (CE) N° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le règlement (CEE) n° 2092/91, publié au *Journal Officiel de l'Union Européenne* du 20.07.2007, [L 189/1].

¹²⁴ Cour des Comptes européenne, Audit du système de contrôle de la production, de la transformation, de la distribution et de l'importation de produits biologiques. Rapport spécial n° 9/2012, Luxembourg : Office des publications de l'Union Européenne, 2012, p.9.

¹²⁵ Considérant 1 du Règlement (CE) N° 834/2007 du Conseil, *Op. cit.*, [L 189/1].

Selon l'IFOAM¹²⁶, l'agriculture biologique repose sur quatre principes qui constituent « *les racines à partir desquelles l'agriculture biologique grandit et se développe* » : le principe de santé (health) ; le principe d'écologie (ecology) ; le principe d'équité (fairness) ; le principe de précaution (care).

Dans les faits, l'agriculture biologique se « *se caractérise avant tout par la non utilisation d'engrais chimiques et de pesticides de synthèse*¹²⁷ », ce qui constitue la principale distinction d'avec l'agriculture conventionnelle, qui, elle, repose en bonne partie sur cet usage. D'après le député – belge – européen écologiste (de 1984 à 1989) François Roelants du Vivier, cité par De Silguy, l'agriculture biologique « *est basée sur la biologie du sol et [...] repose sur une approche globale des mécanismes de la nature qui assurent la croissance des végétaux*¹²⁸ »

Torjusen et al. relèvent également sept objectifs généraux de l'agriculture biologique :

« *Organic agriculture has evolved from an « alternative » movement to a major initiative for agricultural development and is now regulated both at a national level and in the European Union. Some overall goals of organic agriculture include :*

1. *To produce food of high quality in sufficient quantity ;*
2. *To interact in a constructive and life-enhancing way with naturel systems and cycles ;*
3. *To maintain the genetic diversity of the production system and its surroundings, including the protection of plant and wildlife habitats ;*
4. *To use, as far as possible, renewable resources in locally organized production systems ;*
5. *To create a harmonious balance between crop production and animal husbandry ;*
6. *To give all livestock conditions of life with due consideration for the basic aspects of their innate behaviour ; and*
7. *To progress toward an entire production, processing and distribution chain which is both socially and ecologically responsible.*

The goals of organic farming conveys a predominantly farm-oriented and production practice perspective. However, the implications reach further than the farm. Practices relevant to consumers include no use of synthetic pesticides and industrial fertilizer, no use of genetically modified organisms (GMOs) in food production, no use of synthetic growth enhancers or color additives in fodder and only medicinal use of antibiotic, security zones to separate from conventional farmland and roads, and restricted use of additives in processed food (Debio, 1998¹²⁹, 1999¹³⁰). Practices relevant to environmental concerns include maximal use of local resources and recycling of organic material, avoiding nitrogen leakage, and reduced use of fossil resources in transportation. Ethical considerations include enhancing biological diversity, keeping high ethical standards in animal husbandry, acknowledging the animals'

¹²⁶ IFOAM, « Principles of Organic Agriculture », en ligne, http://www.ifoam.org/sites/default/files/ifoam_poa.pdf, consulté le 28.11.13.

¹²⁷ DE SILGUY, Catherine, « Agriculture biologique. Impact sur la qualité des produits et l'environnement. Organisation des filières », p.59, in CERF, Marianne et al. (éds), *Qualité et Systèmes agraires : techniques, lieux, acteurs*, INRA, coll. : Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement, 1994, n° 28, pp.59-63.

¹²⁸ Idem.

¹²⁹ DEBIO, *Regler for økologisk landbruksproduksjon. (Norwegian certification rules for organic farming)*, Norway : Debio, Bjorkklangen, 1998.

¹³⁰ DEBIO, *Regler for foredling, import og omsetning (Rules for processing, import and trade)*, Norway : Debio, Bjorkklangen, 1999.

*innate nature and needs, and working for a socially just food system. Thus, these considerations also reflect a wider social and ecological responsibility in the entire production, processing and distribution chain.*¹³¹ »

1.3. Cadres juridiques applicables en Union Européenne et en Belgique

Devant le développement connu, le cadre juridique de l'agriculture biologique a fait l'objet d'une définition commune au niveau européen afin d'harmoniser les réglementations préexistantes. Sur le plan législatif, c'est en 1991 que la Commission Européenne établira son tout premier acte juridique en matière d'agriculture biologique avec la promulgation du Règlement (CEE) n° 2092/91 du Conseil du 24 juin 1991, concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires.

Celui-ci sera abrogé par le Règlement (CE) N° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, que complète le Règlement (CE) N° 889/2008 de la Commission, du 5 septembre 2008, portant modalités d'application du règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles.

Ces deux règlements, que l'on retient comme bases du Droit communautaire en matière de production et d'étiquetage des produits biologiques, se verront néanmoins à nouveau modifiés, respectivement par le Règlement (CE) 967/2008 du Conseil du 29 septembre 2008 et par le Règlement 1254/2008 de la Commission du 15 décembre 2008.

En Région Wallonne, ces règlements se verront transcrits en Droit belge par l'Arrêté régional du Gouvernement wallon du 11 février 2010 concernant le mode de production et l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant l'arrêté du Gouvernement wallon du 28 février 2008, qui « *établit les modalités d'application du Règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil [...], et de ses règlements d'application.*¹³² »

Concernant Bruxelles, c'est l'Arrêté de la Région de Bruxelles-Capitale du 3 décembre 2009¹³³ qui constitue la base de la transcription en droit national de la réglementation européenne et, enfin, en Flandre il s'agit de l'Arrêté du Gouvernement flamand du 12 décembre 2008¹³⁴.

¹³¹ TORJUSEN Hanne, LIEBLEIN Geir, WANDEL Margareta, FRANCIS Charles A., « Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway », *Food, Quality and Preference*, 2001, Vol. 12, Issue 3, p.208.

¹³² Article 1^{er} de l'Arrêté du Gouvernement wallon du 11 février 2010 [C – 2010/27051] concernant le mode de production et l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant l'arrêté du Gouvernement wallon du 28 février 2008, publié au *Moniteur Belge* du 15.04.2010, p.21327.

¹³³ Région de Bruxelles-Capitale, Arrêté de la Région de Bruxelles-Capitale du 3 décembre 2009 [C – 2009/31628] concernant le mode de production et l'étiquetage des produits biologiques, publié au *Moniteur Belge* du 06.01.2010.

¹³⁴ Région Flamande, Besluit van de Vlaamse Regering van 12 december 2008 [C – 2009/35162] betreffende de biologische productie en de etikettering van biologische producten, publié au *Moniteur Belge* du 20.02.2009.

Au détour de ce long et fastidieux travail de construction législative, il aura fallu compter près de 60 ans depuis les prémices de l'agriculture biologique pour voir apparaître en 1990 la toute première bière (certifiée) biologique en Belgique, à l'initiative de la brasserie Dupont.

1.4. Analyse critique du processus de certification biologique

A l'instar de tout produit issu de l'agriculture biologique et comme le prévoit la réglementation communautaire, la bière n'échappe pas à la certification sensé garantir au consommateur, via l'un des labels en usage, le respect de certaines méthodes de production.

A l'instar de toute construction juridique et de son application, ce processus de certification est le produit d'un *construit* social, faisant l'objet, sur différentes scènes de luttes, d'enjeux et d'intérêts convergents ou divergents. Ainsi comme l'avait déjà démontré Howard Becker¹³⁵ concernant les professions judiciaires et policières, existe-t-il fréquemment un certain décalage de représentations ou de valeurs entre ceux qui créent la loi et ceux qui sont chargés de la faire appliquer, de même qu'entre ces catégories d'individus et ceux qui *in fine* sont soumis à cette législation. Formulé simplement, les intérêts d'un député régional belge ou d'un fonctionnaire européen ne coïncident donc pas nécessairement avec ceux d'un contrôleur de chez Certisys, qui ne sont eux-mêmes pas nécessairement ceux d'un opérateur biologique soumis à la législation et au contrôle, bien que tous se trouvent directement ou indirectement en interaction les uns avec les autres.

En pratique, la souscription au label biologique et donc le respect du cahier des charges en vigueur induit un « effet barrière » incluant ou excluant (à l'instar d'une loi qui en créant une légalité, crée aussi son illégalité, et génère son respect ou non par tout ou partie des individus auxquels elle s'applique), si bien que les producteurs ont des visions différenciées de leurs intérêts à y souscrire ou non, ou encore, en cas de souscription, à en respecter *réellement* les prérogatives. De même qu'un automobiliste a le choix (bien qu'il y ait par ailleurs des forces coercitives) de respecter scrupuleusement le code de la route, ou de s'octroyer ça et là des « largesses » (rouler sans permis, dépasser la vitesse autorisée, le taux d'alcoolémie, ...), les producteurs qui seraient désireux d'opter pour le mode de production biologique disposent également de la possibilité de choisir de respecter scrupuleusement ou non les pré-requis des cahiers des charges applicables à la production, la transformation ou la distribution des aliments issus de l'agriculture biologique. Certains pourront alors décider de se placer totalement dans le cadre établi (respect strict du

¹³⁵ BECKER, Howard S., *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*, Paris : Métailié, 1985, 247 p.

cahier des charges), d'autres totalement en dehors (non souscription au label), et d'autres encore pourront jouer de « marges » auto-concédées pour être ou paraître en dedans mais sans respecter vraiment à la lettre la réglementation (triche, fraude, etc.).

Dans les faits, les acteurs s'accommodent différemment du cadre en place suivant leurs positions économique et sociale, mais aussi selon leurs valeurs et leurs représentations symboliques. Ainsi ce qui apparaîtra comme pertinent pour l'un ne le sera pas nécessairement pour l'autre. La souscription au label biologique ne va donc pas entièrement de soi, y compris pour certains brasseurs sensibles ou sensibilisés aux questions environnementales. Ainsi certains brasseurs, qui n'ont pour autant pas renoncé à l'idée de produire en s'inscrivant dans une logique de développement durable, semblent par ailleurs peu se soucier d'une certification suivant des critères auxquels ils n'accordent que peu de légitimité.

Il s'agit par conséquent de révéler là où réside l'attrait d'un nombre croissant d'entre eux pour la certification biologique, et ce à quelle fin, mais aussi les contraintes que cela implique.

Quoique la plupart des enquêtés nourrissent quelques reproches envers le système de certification tel qu'il est établi, principalement au travers de ce qu'il leur en coûte, ceux-ci s'y plient néanmoins pour la plupart sans réelle hésitation, reconnaissant en grande majorité le bienfondé d'un système supposé garantir aux consommateurs certains aspects de la production des produits qu'ils achètent, et ce pour une raison très pragmatique : en l'absence de certification, la porte est ouverte à toutes les dérives et tous les abus de la part des producteurs, si bien que le consommateur n'y croit pas. L'avantage principal de l'adhésion au système de garantie/contrôle réside donc en définitive pour les opérateurs dans le fait de bénéficier de retombées commerciales générées par l'affichage d'un label officiel fournissant une garantie aux consommateurs quant aux produits qu'ils achètent :

« Enfin pour vous c'est important d'avoir ce label, d'avoir un label qui garantisse le fait que ça ait été fait différemment ?

- Bien sûr, oui. Autrement ça n'a pas de sens hein, s'il n'y a pas de certification, s'il n'y a pas de label, tout le monde va faire tout et n'importe quoi hein. (Catégorique) Nan nan, ça c'est... [...] Nous on veut la certification et le label BioGarantie quoi. » (Marc Dekeyser)

Concernant le coût de la certification Marc Dekeyser explique qu' :

« en dessous d'un certain volume c'est un prix de base, un prix fixe, et puis après en fonction du volume produit on paie une cotisation. »

Pierre Delcoigne nous livre à son tour ce qui peut en quelque sorte sembler constituer l'archétype de la réponse des brasseurs quant aux questions relatives aux coûts/avantages de la certification :

« il y a un pourcentage de votre chiffre d'affaire qui est pris. Me demandez pas les montants exacts, je saurais pas dire, mais c'est quand même quelques milliers d'euros par an. Donc oui, ça a un coût, ça a un coût aussi surtout au niveau administratif, parce qu'il y a aussi toute une procédure à mettre en place qu'on n'a pas en conventionnel et qu'on a en bio. Maintenant en contrepartie on a un label qui aux yeux des consommateurs a une certaine importance quoi. Il suffit pas de dire « je fais bio », si y a pas le label... »

» [...] Le label, oui, à un moment donné c'est important parce que sinon tu as des entreprises qui peuvent être opportunistes, qui vont dire : « ah mais moi je fais du bio, je fais du développement durable et tout ça », sans pour autant qu'il y ait aucune preuve. [...] Nous on a le label « BioGarantie », le cachet, et puis on a le sigle européen » (Pierre Delcoigne)

« [...] Oui parce que si vous voulez donner confiance aux gens... Eux ils regardent si il y a le cachet en fait hein. Si tout le monde peut-être mettre sur son étiquette : « - Ouais, je vous jure que je suis bio », ça va pas marcher longtemps hein ! » (Marc-Antoine De Mees)

« On peut passer sur tous les systèmes de certification de qualité qui peuvent exister, des systèmes de certification que j'appelle « commerciale », bah on paie pour, entre guillemets, « prouver aux clients et aux consommateurs » qu'on respecte certaines normes de qualité. Et je pense que le bio fait partie d'une certaine norme de qualité, et que bah celui qui veut s'y engager forcément doit... [payer]. [...] c'est clair que pour pouvoir proposer un produit et dire « bah voilà, ce produit est plus cher », bah le consommateur il veut une explication de pourquoi il est plus cher : « bah oui, c'est du bio, donc c'est plus cher, elle se vend à... » (s'arrête) C'est souvent la réflexion des gens aussi, même si c'est pas tout à fait vrai... » (Julien Slabbinck)

Si d'un côté M. Slabbinck soulève à demi-mot une « contradiction » qui règne autour de la bière biologique (à savoir un prix de vente souvent proportionnellement plus élevé que le surcoût de production réel engendré par la production de bière biologique), d'un autre côté, il affirme par ailleurs que le prix de la certification pour les PME brassicoles peut s'avérer rédhibitoire :

« pour moi ça c'est clairement un frein pour certains producteurs à ne pas passer en bio, c'est le coût. Le coût ! Ca j'en suis convaincu ! » (Julien Slabbinck)

M. De Mees semble lui considérer ce prix comme plutôt injustifié :

« Ce serait beaucoup mieux que ce soit les gens qui font du non bio qui soient obligés de payer la certification bio [...], ça ce serait la logique en fait hein, ça ce serait vraiment la logique. [...] c'est sur que l'année dernière on a augmenté de 60% notre chiffre d'affaire en bio et que quand je reçois la note de chez Certisys j'ai un peu les boules quoi, hein ! [...] on paye en fonction du chiffre d'affaire ! C'est un pourcentage du chiffre d'affaire. Et alors je dis : « Attendez, les mecs, vous venez toujours qu'une fois par an pour venir faire votre contrôle ; ça vous coûte à vous exactement la même chose, mais moi vous me doublez mon..., ma participation ! [...] je pourrais pas vous dire comme ça, mais je sais que ça me coûte..., c'est en milliers d'euros par an quoi, pour... Pour rien ! [...] une visite et avoir un cachet... » (Marc-Antoine De Mees)

Signalons qu'aucun des enquêtés ne s'est révélé en mesure de nous citer « de mémoire » le prix effectivement payé, hormis Joris Cambie (à la tête de la plus petite brasserie parmi celle de

notre échantillon) qui a déclaré payer le minimum (montant plancher) qui s'établit à : « *je pense que c'est 700, 800 euros*¹³⁶. »

Seul Norbert Buysse (brasserie coopérative de la Lesse) se montre très critique à l'égard du système de certification en place, au point d'acter cette critique par un refus catégorique de la certification, et ce malgré le fait que la brasserie soit engagée sur une voie qui la rapproche de la démarche de production biologique¹³⁷ et d'acteurs de la filière agricole biologique au travers de son réseau de coopérateurs :

« Alors, nous on ne souhaite pas être certifiés, déjà. »

Il affirme néanmoins que la brasserie produit des bières « *entre 95 et 99%* » biologiques, élaborées à partir des ingrédients disponibles sur le marché, notamment à la malterie du Château, leur fournisseur de malt (jusqu'à présent encore) :

« comme le malt représente 99% du poids des ingrédients dans la fabrication d'une bière, et ben voilà, on est à des bières qui sont 99% bio, sauf « La Cambrée », 95 parce qu'il y a 5% d'un malt qui n'est pas bio dedans. [...] Et avec ça, nous on est déjà très satisfaits [...] les matières sèches c'est déjà quasi l'intégralité en bio. »

Norbert Buysse ajoute que d'un côté lui et ses associés ne tiennent pas à se limiter dans leur gamme d'ingrédients disponibles (encore largement réduite en biologique par rapport au conventionnel), mais que par ailleurs leur recherche des meilleurs ingrédients possibles les a conduits à employer des malts qui s'avèrent être – certifiés – biologiques.

Les autres ingrédients utilisés et en premier les houblons ne sont toutefois pour l'heure pas tous ni toujours certifiés biologiques (« *Il y en a un, de temps en temps, qu'on arrive à avoir en bio mais pas..., pas les autres.* »), mais pourraient peut-être le devenir dans un avenir plus ou moins proche, sans toutefois que la certification du produit fini ne soit prévue.

De plus, il justifie ce choix par un argument tout à fait contraire aux autres brasseurs : quand ces derniers cherchent justement au travers de leur certification à cibler une clientèle adepte des produits biologiques, celui-ci à l'inverse estime d'après un jugement de valeur que cela reviendrait à se couper de la majeure partie du reste des consommateurs :

« on cherche pas à aller se placer dans des marchés, euh (prend un ton « snob »), comme..., enfin par exemple dans la filière bio qui est plus à destination de gens, euh..., d'une classe sociale un peu plus aisée, on va

¹³⁶ Pour les 140 HL annuels qu'il produit.

¹³⁷ Comme on peut le lire sur le site de la brasserie, celle-ci emploie plus de 95% de malt certifié biologique pour réaliser sa production. Les autres ingrédients utilisés et parmi eux principalement les houblons ne sont pour l'heure pas – certifiés – biologiques, mais pourraient le devenir dans un avenir plus ou moins proche, sans toutefois que la certification du produit fini ne soit prévue.

dire les « bobos » hein, « bobos-bios ». Voilà, donc nous on veut pas ça, nous on veut vraiment être local et accessible à tout le monde. [sic.] Et donc quand on a un label bio, directement, on se met, euh...

- ... Ca change certaines choses sur la clientèle ?

...il y a plein..., il y a toute une frange de gens qu'on ne touche pas. Parce que : le bio, ils sont contre, ils veulent pas, c'est trop cher pour eux, même si c'est..., même si on fait le même prix que les autres produits, ils n'y croient pas, ils ne veulent pas de ça et c'est pas pour eux. Et, surtout en milieu rural, il y a beaucoup de gens qui sont réfractaires au bio. Donc voilà, deuxième chose pour laquelle nous on ne veut pas être certifiés : on veut toucher tout le monde. »

Pour Norbert Buysse, viser le marché bio pourrait donc constituer une erreur de positionnement étant donné le marché local, principalement rural, qui semble ciblé suivant la stratégie de développement de la brasserie.

Ne pas arborer le label bio constituerait alors un moyen de ne pas paraître « élitiste » aux yeux des consommateurs locaux potentiels.

Enfin il reproche également un manque d'indépendance au système de certification et de contrôle eu égard à son mode de financement et relève de fait une contradiction qui s'avère intéressante¹³⁸ :

« j'ai travaillé longtemps dans le bio avant et le système de certification ne me plaît pas du tout, du tout. Il n'y a pas beaucoup d'indépendance puisque l'on a un « contrat » avec le certificateur, et donc on paie le certificateur pour se faire contrôler et se faire certifier. [...] c'est proportionnel au chiffre d'affaire ce qu'on paie, il y a un facteur en tout cas de proportionnalité par rapport au chiffre d'affaire, ce qu'on paie à l'organisme certificateur ; donc l'organisme certificateur, si moi je suis un gros acteur, il va pas venir me chercher des noises parce que sinon il risque de me perdre. Et donc il y a vraiment un souci d'indépendance. Et puis on est aussi..., c'est pas constructif. [...] Alors..., après nous on entend bien que, bah il faut avoir de la crédibilité par rapport au consommateur, mais bon... »

Norbert Buysse affirme accorder davantage de crédit aux systèmes de garantie participatifs¹³⁹ tels que développés par exemple par l'ASBL Nature & Progrès, de même que pour les réseaux biologiques « un peu alter- » comme le groupement Colibri-Famenne auquel la brasserie participe et qui organise mensuellement des marchés dans le secteur.

Pour honorable et intéressante qu'elle soit, cette position intellectuelle et la démarche globale qui en découle, avant tout justifiées par la volonté exprimée de vendre principalement à une échelle très locale, apparaissent pour le moins « originales » aux yeux des autres brasseurs interrogés à ce sujet. Néanmoins Norbert Buysse ne semble guère s'en inquiéter, préférant

¹³⁸ Notons aussi qu'en termes de contradictions il en est une qui n'est pas des moindres au vu des arguments reçus apparue sur le site Internet d'Oxfam-Magasins du monde Belgique, qui commercialise les bières de la brasserie coopérative de la Lesse dans tout son réseau belge (80 magasins). On peut y voir qualifiées plusieurs bières de la brasserie de « bio ». Nous supposons qu'une « erreur » a par conséquent dû être commise ici ou là.

¹³⁹ Pour plus d'informations à ce sujet, voir : ROURE, Karine, *Les Systèmes de Garantie Participatifs, pour l'agriculture biologique associative et solidaire*, Uzès : Editions Nature & Progrès, 2007, 63 p.

compter sur son réseau et ses soutiens locaux (et un certain flou) pour ainsi se maintenir en marge du « *bio-business* » :

« Alors nous, les gens qui veulent du bio, ils savent qu'on est bio ; les gens qui n'en veulent pas, ils ne le savent pas. Et donc nous on vend à tout le monde. Et comment les gens qui veulent du bio le savent ? Bon, voilà c'est..., c'est sans doute en grande partie grâce à mon expérience et que j'ai travaillé dans le secteur avant. J'ai travaillé pour « Nature et Progrès » pendant 5 ans, et donc je connais tout..., je connais beaucoup de gens dans le réseau, les gens me connaissent, et donc j'ai pu contacter ce réseau, les informer de notre démarche. On a aussi 150 coopérateurs¹⁴⁰ qui sont aussi des gens qui font partie de ces réseaux là, un peu bio, et qui sont aussi un peu pour le bio euh..., comme ph..., plus philosophie de vie, manière de vivre, plus que par un label, plus que le « bio-business ». Et ces gens là ils savent bien comment on travaille, ils savent bien qu'on a..., voilà, qu'on a des valeurs et qu'on est pas là pour faire..., qu'on veut pas faire du bio pour faire du business. Et donc ils savent qu'on fait du bio et ils nous font confiance. Et donc, en fait, la plupart du réseau bio un peu « alter » euh..., ils le savent bien quoi, voilà. Avec ça on se ferme juste quelques portes de magasins bio comme « Biocap », [...] on se coupe juste de quelques chaînes bio, mais pour nous c'est vraiment pas important.»

Nous pouvons donc voir au travers des quelques témoignages recueillis qu'en dépit de certaines critiques plus ou moins fortes émises, pour la plupart des brasseurs le système de certification en place se justifie et ceux-ci s'y plient en majorité, acceptant les contraintes qu'il induit pour bénéficier des avantages qu'il offre auprès des consommateurs.

2. La bière biologique : un marché de niche pour les PME brassicoles ?

Comme nous l'avons indiqué à plusieurs reprises, le monde brassicole belge est un monde hétéroclite et complexe à cerner, dans lequel se côtoient une multitude d'acteurs aux situations tantôt communes, tantôt des plus variées. Dans la mesure où l'on peut considérer que l'apparition et le développement de la bière biologique n'ont pas engendré de nouveau monde brassicole dans lequel les acteurs et les logiques auraient été entièrement distincts du premier, il semblait par conséquent indispensable d'en passer par les explications jusqu'ici fournies pour pouvoir relever et comprendre ce qui apparaît spécifique à la production brassicole d'après le mode de production biologique.

Il s'agira donc à présent de tenter de situer la bière biologique dans le patchwork des *styles* de bières existantes.

¹⁴⁰ « [...] à peu près 160 coopérateurs, tant des particuliers que des agriculteurs bio, des habitats groupés ou des associations. Nous comptons notamment dans nos coopérateurs la ferme de Jambjoule, la ferme des Bleuets, la ferme Baré, l'habitat groupé « le hameau », l'habitat groupé « la ferme du pré de la Tise », l'habitat groupé du Buisson, l'association « le Début des Haricots asbl ». La Brasserie est également coopératrice de CREDAL et membre fondatrice de « Agricover », coopérative à finalité sociale au service des producteurs écologiques. » <http://www.brasserie dela lesse.be/article15.html>, le 16-04-2013.

2.1. De la complexité de situer la bière biologique

Commençons par examiner l'ambiguïté que pose la bière biologique en termes de classification en nous demandant quelle est la place qui revient à celle-ci parmi la diversité des bières belges.

Toute classification, en tant qu'exercice arbitraire (d'« objectivation subjectivement déterminée »), suppose de faire prévaloir certains critères devant d'autres. Pourquoi en effet classer une bière donnée selon sa robe plutôt que selon son amertume ? Selon le pays de transformation des ingrédients, mais pas selon le ou les pays d'origine des matières premières employées ou encore le type d'établissement qui l'a produite (la taille notamment, ou l'origine des capitaux qui le constitue) ou le type de marché auquel elle se destine ? En cela, non seulement les bières biologiques n'échappent pas à cette règle, mais elles complexifient encore la donne en incitant « spontanément » à les envisager avant tout d'après la variable du mode de production, alors que les autres variables ne permettent guère de les distinguer vraiment des bières conventionnelles.

Il convient donc de s'arrêter un instant sur les classifications généralement établies dans les ouvrages relatifs à la bière (*Encadré 4*). On constate le plus souvent dans ces dernières un flou relatif autour des critères employés pour définir et répertorier les différentes bières produites, lié à un manque de justification explicite des modalités de classement employées. Si l'on pourrait spontanément trouver une certaine évidence, voire même un côté pratique aux catégories de classement les plus communément retenues, cela n'empêche toutefois guère d'en interroger les fondements ni la pertinence.

Encadré 4: De la difficulté d'établir une classification pertinente de la bière

Il s'avère difficile de ranger les différentes bières produites dans des catégories qui soient entièrement pertinentes. Selon les ouvrages, on définit et regroupe la plupart du temps les bières selon ces principaux critères :

- Le pays dans lequel la bière est produite : bière belge / bière anglaise / ...
- Le type de fermentation : haute / basse / spontanée / mixte
- La couleur de la bière : blanche / blonde / ambrée / brune / noire / rousse / ...
- La brasserie productrice : Brasserie Dubuisson / Abbaye de Scourmont / ...

A ces critères principaux peuvent également s'ajouter des critères secondaires, qui permettent de caractériser plus précisément les produits considérés, tels que :

- Les dénominations ou appellations nationales / régionales : « Hefe-Weißbier » en Bavière / « Faro », « Oud-Bruin » en Belgique / ...
- Des ingrédients particuliers employés : bière de froment / d'épeautre / au blé noir / au miel / aux fruits / ...
- La période de production durant l'année : bière de Mars / bière de printemps / bière de Noël / bière de saison / ...
- Le type et/ou la taille des établissements producteurs : bière industrielle / artisanale / fermière / d'abbaye / d'abbaye trappiste...
- Le lieu de production couplé aux propriétés sociales d'une partie du personnel : pour pouvoir bénéficier de l'appellation « Authentic Trappist Product », la bière doit être produite au sein d'un monastère sous la conduite de moines trappistes.
- Autres qualificatifs : bière spéciale / bière « de Luxe » / bière de garde / bière sur lie / ...

Il ressort que selon le nombre et la nature des critères pris en compte, les bières se verront classées de différentes manières.

Ces différents critères de classification considérés indépendamment les uns des autres se révèlent cependant plus ou moins prompts à renseigner sur le type, le style, la nature ou encore le goût des bières considérées. On pourrait ainsi discuter, par exemple, de la pertinence d'une classification selon la couleur ou selon les propriétés sociales du personnel pour renseigner vraiment sur le goût d'une bière.

Notons toutefois que les différents critères de classement employés ne sont pas nécessairement exclusifs les uns des autres, mais que ceux-ci sont le plus souvent employés conjointement pour définir et classer les bières, certains étant fréquemment employés et d'autres jamais. Nous n'avons ainsi pu trouver dans aucun des ouvrages parcourus pour cette étude, une nomenclature de classement qui à ce jour prenne en considération la nature agricole des matières premières employées pour caractériser la bière, à savoir : issues du mode de production conventionnel / biologique. Tout juste quelques ouvrages mentionnent-ils de façon ponctuelle et non systématique cette caractéristique.

Si ce dernier critère ne semble donc qu'à peine considérée pour la bière, il semble que ce ne soit pourtant pas le cas pour le vin, pour lequel de nombreux guides des vins biologiques (de même que biodynamiques et naturels) existent déjà, dont certains sont édités par des institutions réputées telles que Gault & Millau¹⁴¹.

L'approche sociologique de la bière biologique a donc ceci d'intéressant qu'elle invite à se pencher sur la façon suivant laquelle, en principe(s) et en pratique, nous catégorisons le monde et les objets perçus. L'« objet » bière biologique y conduit dans la mesure où il soulève la question de savoir ce qui fait critère ou non. Il invite à réinterroger les catégories traditionnelles de classification de la bière (et plus largement des autres produits de consommation issus de l'AB, à commencer par les denrées alimentaires) en soulevant des questions telles que : « Faut-il envisager les bières biologiques d'après cette seule différence et ainsi les considérer à part des produits dits

¹⁴¹ GUIGUI, Pierre, *Le Guide des meilleurs vins bio de France*, Gault & Millau, 2010, 191 p.

conventionnels¹⁴², ou bien faut-il à l'inverse envisager ces produits dans leur ressemblance aux produits conventionnels et les considérer selon les catégories usuelles de classification¹⁴³ ? »

Les deux approches ne semblent pas foncièrement contradictoires. Tout l'enjeu reste donc de savoir quand et en quoi les distinguer et quand et en quoi les rapprocher. Ou autrement dit, en quoi et dans quelle mesure le mode de production constitue-t-il un critère de différenciation des produits ? Ce critère est-il un critère de distinction majeur (une variable explicative) qui suppose d'y subordonner d'autres critères mineurs, ou bien n'est-il lui-même qu'un critère mineur (une variable dépendante) ?

Il s'avère qu'en un certain nombre de cas, selon l'objet ou le but de la comparaison, ce soit la différence qui prévale : comparer d'un côté les produits biologiques entre eux et d'un autre les conventionnels entre eux (exemple : un agriculteur bio qui cherche à déterminer quelle variété biologique lui fournira le meilleur rendement d'un produit donné) ; tandis que dans d'autres cas ce sera la ressemblance qui prévaudra (exemple : un brasseur qui chercherait à « passer en bio » l'un de ses produits conventionnels tout en conservant l'identité initiale de celui-ci).

L'approche sociologique de la bière biologique amène aussi à se poser certaines questions quant à la façon d'insérer l'objet bière dans l'histoire brassicole contemporaine. « La bière biologique constitue-t-elle un nouveau type de bière à proprement parler ou s'inscrit-elle dans la continuité de ce qui préexiste et de la façon dont nous la classifions ? »

S'il fallait en juger par ce qui à ce jour semble relevé par les différentes sources consultées, il semblerait qu'il s'agisse essentiellement de continuité. Nouvel avatar s'inscrivant peu à peu dans le paysage et la tradition, la bière biologique semble devoir se positionner au carrefour de l'héritage brassicole belge et du mode de production biologique. La bière biologique constitue non pas une révolution en tant que telle mais plutôt une évolution mineure dans la façon de décliner le produit bière. Selon nous, la variable « biologique » ne saurait à elle seule se révéler explicative d'un style à proprement parler, d'un type et moins encore d'un goût de bière, néanmoins les bières biologiques belges sont issues du même modèle et du même monde brassicole et s'insèrent donc dans la tradition nationale autant qu'elles la prolongent et la renouvellent.

Toutefois certains éléments de sa perception par les consommateurs semblent lui conférer une propension à l'appréciation sensorielle, mais aussi en valeurs, pour partie distincte de la bière conventionnelle comme nous allons le voir à présent.

¹⁴² Ce qui correspondrait en quelque sorte à les considérer selon une approche « structuraliste »...

¹⁴³ ... ou selon une approche davantage « fonctionnaliste »

2.2. Bilan et apports des études sur les préférences des consommateurs de bière et d'aliments biologiques

« *To explore the potentials of organic agriculture, it is important to know how consumers, as well as producers, relate to food quality and food system issues.*¹⁴⁴ »
(Torjusen et al., 2001 : p.207.)

Une question d'apparence simple mais qui pourtant demeure ici fondamentale pour nous, de même que pour les brasseurs, est celle de savoir si le plus important pour le consommateur est qu'une bière soit *simplement* bonne et délectable ou qu'elle le soit *parce qu'elle* est issue d'un mode de production conventionnel / biologique ? Autrement dit, est-ce l'expérience sensorielle « objective » que procure un produit qui lui confère sa qualité perçue, ou celle-ci n'est-elle pas également déterminée par des jugements qui font appel aux valeurs des individus ?

Il s'agit là d'une réflexion de fond qui prend forme autour du mode de production biologique : le bio est-il (vraiment) meilleur que le conventionnel, et si oui, en quoi l'est-il (est-ce le goût des produits, leurs propriétés agronomiques, nutritives ou sanitaires, leur impact environnemental, leur coûts ou bénéfices sociaux, etc.) ?

Si plusieurs approches disciplinaires se doivent d'être mobilisées pour tenter de répondre un tant soit peu exhaustivement à une telle interrogation, en termes sociologiques cela pose la question de la détermination sociale et culturelle des préférences alimentaires des individus et partant, des consommateurs.

Pour tenter de sonder le potentiel de développement du marché de la bière biologique, il a donc semblé pertinent de se pencher sur les goûts et les perceptions des consommateurs, en ce qu'ils constituent *in fine* le dernier maillon et non des moindres vers lesquels les marchés s'orientent et se destinent. La littérature spécialisée se révélant toutefois très limitée concernant la bière biologique en particulier, il nous a par conséquent semblé intéressant d'envisager la bière biologique en comparaison à d'autres produits issus du même mode de production, mais aussi du mode conventionnel. Nous nous sommes pour cela appuyé sur quelques auteurs dont les travaux respectifs s'inspirent en partie les uns des autres et dont les résultats se complètent.

Nous basant avant tout sur l'étude la plus directement connectée à notre sujet de Caporale et Monteleone¹⁴⁵ (2004) ainsi que sur celles d'autres auteurs qu'ils présentent et

¹⁴⁴ TORJUSEN Hanne, LIEBLEIN Geir, WANDEL Margareta, FRANCIS Charles A., "Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway", *Food, Quality and Preference*, 2001, Vol. 12, Issue 3, pp. 207-216.

¹⁴⁵ CAPORALE Gabriella, MONTELEONE Erminio, « Influence of information about manufacturing process on beer acceptability », *Food Quality and Preference*, 2004, Vol. 15, Issue 3, pp 271-278.

discutent, nous nous sommes intéressé aux résultats auxquels ces différents auteurs sont parvenus :

Johansson, Haglund, Berglund, Lea et Risvik¹⁴⁶, ont dans un premier temps « étudié les effets perçus des attributs des produits et des informations de production sur la préférence de tomates cultivées écologiquement versus conventionnellement. Leurs résultats ont montré que la préférence n'est pas seulement influencée par la perception sensorielle, mais aussi par l'information à propos des méthodes de culture. »¹⁴⁷

Les auteurs soulignent, dans cet article qui constitue une référence en la matière, le fait que derrière le choix apparent d'un produit, se cache un objet de recherche riche et complexe pour le scientifique, mais également pour l'ingénieur commercial à même de tirer parti des avancées de ce type de recherches :

« [In a real life situation] *The choice is influenced by the situation, previous experience of these products, beliefs and information available, and by the personal traits of the consumer. In food choice research several theories exist as to how such influences can be understood and ultimately predicted. [...] In marketing research it is not unusual to assume that a set of values harboured in a consumer will give rise to a set of attitudes which in turn influence buying intentions and behaviour. It is possible to map the values and then, in an aggregated form, utilise this to predict buying behaviour in a group of consumers.* » (Johansson et al., *Op. cit.*, p.289.).

Les résultats obtenus par Johansson et al. font écho à des recherches entamées des années plus tôt et ont ouvert la voie à un certain nombre d'auteurs. Leur étude est d'une part venue confirmer « *the assumption suggested by Shutz and Lorenz (1976) [...] that **information on origin, or labelling indicating that the product was ecologically grown, will give an increase in product rating.*** », tout en établissant que la « [sensorial] *Preference for a sample played a bigger part in the evaluation than the additional information about growing system.* » (Johansson et al., *Op. cit.*, pp.295-297.)

Grunert, Bech-Larsen et Bredhal¹⁴⁸, ont à la suite effectué « *une étude d'intention d'achat (sans test sensoriel) par les consommateurs suivant la qualité des produits laitiers en fonction du crédit accordé au processus de production (biologique / conventionnel / OGM). L'une de leurs conclusions indique également qu'aujourd'hui les consommateurs tendent à avoir une perception positive de la qualité des produits s'ils sont biologiques.* »

¹⁴⁶ JOHANSSON L., HAGLUND A., BERTLUND L., LEA P., RISVIK E., « Preference for tomatoes, affected by sensory attributes and information about growth production », *Food, Quality and Preference*, 1999, Vol. 10, Issues 4-5, pp. 289-298.

¹⁴⁷ In CAPORALE et MONTELEONE, 2004, *Op. cit.*, pp.272-273.

¹⁴⁸ GRUNERT Klaus G., BECH-LARSEN Tino, BREDHAL Lone, « Three issues in consumer quality perception and acceptance of dairy products », *International Dairy Journal*, 2000, Vol. 10, Issue 8, pp. 575-584.

Ceci s'expliquerait selon Torjusen, Lieblein, Wandel et Francis¹⁴⁹, par « *l'intérêt des consommateurs pour certains aspects de la production alimentaire, qui est lui-même souvent lié aux dimensions sociales et environnementales du processus de production.* » Ainsi « *Les auteurs montrent que les consommateurs considèrent l'éthique, l'environnement, le social et la santé comme des facteurs très importants au moment de leurs choix alimentaires. [...] Les techniques biologiques apparaissent en ce sens considérées comme des formes viables de production. Ainsi, pour Torjusen et al., cela peut être vu comme une réponse directe des consommateurs à leurs préoccupations environnementales et éthiques.* » (Caporale et Monteleone, *Op. cit.*, p.272.)

S'inspirant de l'étude sur les tomates conduite par Johansson & al. (1999), Smythe et Bamforth¹⁵⁰ se sont intéressés les premiers, concernant la bière, à l'influence des « antécédents déclarés » (« *reported history*») d'un produit sur la préférence sensorielle d'un panel de consommateurs disposant de niveaux d'entraînement différents en matière de dégustation (haut / moyen / faible).

Il s'agissait ici dans un premier temps de faire tester, s'agissant en réalité d'échantillons provenant de la même bouteille, deux types de bière, l'un étant présenté comme respectant une technique traditionnelle de brassage, avec une durée d'environ 15 jours de maturation du brassin ; l'autre comme utilisant les mêmes ingrédients mais issu d'une nouvelle technique révolutionnaire utilisant des levures modifiées et un contrôle ultra-précis permettant d'obtenir un brassin en 10h. Dans un second temps, selon le même principe (une seule bière goûtée annoncée comme deux différentes) les juges devaient tester d'une part une bière supposée respecter le Reinheitsgebot (ici : 100% de malt d'orge) et d'autre part une bière décrite comme comportant 30% d'amidon de maïs.

Leur but fut de démontrer qu'en fonction de l'« histoire » perçue (« *perceived history*») d'un produit par des individus, leurs préférences sensorielles se trouvent sujettes à certaines variations :

« *This study indicates that the suggestion of a beer's history may well play a psychological role in the perception of a beer. This mirrors the findings of Johansson et al. [...] Merely suggesting a difference between beer histories causes some judges to perceive beers as different.* » (Smythe et Bamforth, *Op. cit.*, p.35.)

Les auteurs concluent en évoquant de possibles applications des éléments révélés, notamment en termes de marketing :

« *Marketing studies might also make use of these approaches to determine if there is a predisposition among consumers for certain product characteristics.* » (Smythe et Bamforth, *Op. cit.*, p.35.)

¹⁴⁹ TORJUSEN et al., *Op. cit.*, p.211.

¹⁵⁰ SMYTHE J.E., BAMFORTH C.W., « A Study of the Effect of Perceived Beer History on Reported Preferences by Sensory Panels with Different Levels of Training », *Journal of the Institute of Brewing*, 2002, Vol. 108, Issue 1, pp. 34-36.

Ce faisant, ils rappellent que de nombreuses firmes usent (et abusent ?) de ce phénomène de préférence pour créer des produits à image de marque forte et qui se parent d'une image d'authenticité :

« A number of brewing companies position their brands on a provenance of traditional values, for example purest raw materials or painstaking processes occupying lengthy time periods... » (Smythe et Bamforth, *Op. cit.*, p.34.)

Enfin, Caporale et Monteleone¹⁵¹ se sont penchés à leur tour, concernant la bière en particulier, sur l'influence de la connaissance du mode de production sur la façon dont les consommateurs perçoivent et apprécient le produit, qui elle-même dépend de l'information initiale qui leur est fournie ou dont ils disposent. :

« The purpose of this study is to investigate the extent to which consumer information concerning the manufacturing processes of beer can influence how acceptable the product is to the consumer. »

Pour mener à bien ce genre d'études, les différents auteurs adaptent leurs protocoles d'enquête suivant les données recherchées, la plupart incluant généralement de mener des tests de préférence sur un ou plusieurs échantillons d'individus, à l'aveugle dans un premier temps, puis en leur fournissant plus ou moins de renseignements, voire parfois de fausses informations sur les différents produits testés. Les tests sont conduits dans le but de déceler, au moyen d'un traitement statistique des données recueillies, selon quelles variables s'établissent les préférences des consommateurs, qu'elles soient d'une part strictement sensorielles, ou d'autre part corrélées à des facteurs relatifs à la connaissance et aux informations dont ces derniers disposent sur les produits testés. Deux aspects principaux et complémentaires ont ainsi pu être mis en lumière au fil des différentes recherches menées :

- l'orientation des comportements et préférences alimentaires suivant des valeurs et des croyances
- l'influence de l'information mise à disposition du consommateur sur sa perception et ses préférences alimentaires

Les produits biologiques comme les produits génétiquement modifiés, en ce qu'ils représentent encore une faible part des denrées alimentaires aujourd'hui consommées, font appel chez les consommateurs à des mécanismes cognitifs d'acceptation ou de rejet pour partie distincts des mécanismes « standards ». Ceux-ci constituent donc des supports d'étude intéressants voire privilégiés pour les chercheurs. Leur étude commune permet ainsi de révéler l'existence de croyances, de valeurs et de comportements partagés à leur égard par un certain

¹⁵¹ CAPORALE et MONTELEONE, *Op. cit.*, p.271.

nombre d'individus tout en renseignant par contraste sur les distinctions qu'ils établissent avec ce qui relève de la production conventionnelle dominante.

Pour l'enquête de Caporale et Monteleone, une première série de test à l'aveugle fut conduite, visant à ne retenir que les consommateurs les plus à même de distinguer les produits goûtés, ainsi que trois parmi neuf échantillons de bières goûtés correspondant à des niveaux d'appréciation haut, moyen et faible. Des groupes d'individus furent constitués dans un second temps pour effectuer de nouvelles séries de test en faisant varier les informations reçues (vraies ou fausses) par chacun des groupes d'individus. Les trois échantillons sélectionnés furent présentés comme correspondant soit à de la bière produite :

- avec des levures génétiquement modifiées
- avec de l'orge et du houblon biologiques
- suivant un procédé de brassage traditionnel¹⁵²

Leurs résultats ont révélé que l'information fournie aux individus testés relative aux méthodes de fabrication de la bière est à même d'agir sur la perception qu'ils en ont et de modifier l'appréciation sensorielle qu'ils ont du produit.

Bien que l'appréciation sensorielle demeure prépondérante dans l'appréciation de la qualité perçue par les consommateurs, l'étude démontre que les goûts des consommateurs sont également influencés par leurs croyances et attentes envers les produits :

« The impact of these expectations on liking after tasting the product was examined and demonstrated that information regarding manufacturing technology is capable of modifying the consumers' liking of beer. »
(Caporale et Monteleone, *Op. cit.*, p.271.)

Plus en détails, les résultats de l'étude montrent encore que :

- l'usage de méthodes et d'ingrédients biologiques dans le processus de production de la bière a eu un impact significatif et majoritairement positif sur l'appréciation de celle-ci lorsque les consommateurs en étaient informés.
- Au contraire, l'information indiquant que la bière a été conçue en employant des OGM à systématiquement conduit à des moyennes prévisibles d'appréciation vraiment basse.
- La bière produite suivant la technologie « traditionnelle » demeure la préférée et la mieux acceptée par les consommateurs. (Caporale et Monteleone, *Op. cit.*, p.275.)

¹⁵² Il s'agissait en réalité de neuf marques de bières elles mêmes sélectionnées au préalable parmi les 20 marques les plus disponibles à proximité du lieu du test, d'après des tests conduits sur d'autres individus. En réalité toutes les bières étaient issues du mode de production conventionnel.

Ce dernier point se révèle tout aussi intéressant que le premier pour notre étude car les tendances révélées par les auteurs semblent indiquer que si la bière conventionnelle reste pour l'heure celle qui d'un point de vue sensoriel semble la mieux « assimilée » spontanément par les individus testés, ceux-ci acceptent et valorisent par ailleurs dans l'ensemble la bière biologique, et ce d'autant plus lorsqu'ils sont informés de cette caractéristique :

« As expected, information revealing the use of « organic technology » in the beer production process had a positive impact on liking. » (Caporale et Monteleone, Op. cit., p.275.)

Ceci constitue un élément capital qui d'une certaine façon contraste avec un discours généralement plutôt conservateur des brasseurs, qui se montrent pour un certain nombre d'entre eux assez « craintifs » quant à l'acceptabilité de leurs bières biologiques par les consommateurs. Les résultats obtenus par les auteurs rompent ainsi avec certains propos recueillis auprès de certains brasseurs (**Encadré 5**).

Encadré 5 : Un témoignage représentatif du point de vue de certains brasseurs enquêtés à l'égard de la bière biologique

Pierre Delcoigne livre un témoignage intéressant en regard des résultats de l'étude de Caporale et Monteleone que nous venons d'évoquer.

Lui-même propose dans sa gamme, à côté de bières conventionnelles, une bière blanche (d'épeautre) biologique, et a déclaré au cours de notre entretien que cela n'a pas été sans lui « *pos[er] problème* ».

Il a également insisté à plusieurs reprises sur le fait (nous l'avons déjà mentionné plus haut) qu'il estime produire des bières « naturelles », en opposition aux bières industrielles. Ce faisant, il considère que dans ces conditions la qualité généralement supposée supérieure des aliments biologiques ne se vérifie « *pas au niveau de la bière* ».

Il justifie ainsi cette position :

« D'un point de vue sanitaire je pense que les produits [bières naturelles] sont corrects ; d'un point de vue goût, je dirais qu'une bière bio et une bière non bio, à partir du moment où on travaille de manière naturelle, il y a pas beaucoup de différence ou je pense pas qu'on sente une différence. [...] ces deux bières là sont quand même très proches. »

Néanmoins il semble considérer que les produits alimentaires biologiques dans leur ensemble tendent à être de mieux en mieux acceptés par les consommateurs. Mais là encore, pas au niveau de la bière... :

« quand tu demandes à la majorité des personnes : « Le bio ? », ils vont tous vous répondre, ils vont dire : « Bah on n'y croit pas, mais si c'est mieux pour la santé, pourquoi pas. » Donc ils sont pas contraires, et même, à la limite, à même choix, un article si il est pas beaucoup plus cher, s'il l'est légèrement, ils prennent le bio, parce qu'ils se disent : « C'est mieux pour ma santé ».

[...]

» il faut savoir que t'as une majorité des personnes qui... qui dans le domaine de la bière ne se tracassent pas de ça ; et puis t'as une minorité qui n'y croit même pas du tout

[...]

» ça nous a posé problème, c'est que quand on a lancé la Quintine bio, il y a des gens qui ne comprennent pas, ils me disent : « Ah ! la Quintine bio ? Mais alors l'autre Quintine elle est pas naturelle alors, elle est pas... ? Elle est industrielle, elle est chimique ? » Mais non, et à un moment donné c'est problématique dans la tête du consommateur, il comprend plus très bien.

- Ça vous desservirait presque du coup quelque part d'avoir une bière comme ça parmi d'autres... ?

Tout à fait, tout à fait... »

D'après M. Delcoigne, le fait de proposer une bière bio parmi d'autres sème donc une confusion, voire du scepticisme chez certains consommateurs, en jetant une sorte de discrédit sur le reste de sa production « naturelle » qui court le risque de se voir dévalorisée. D'autres brasseurs, tel Marc-Antoine De Mees estiment quant à eux que le fait de proposer une gamme biologique peut créer une sorte de concurrence au sein même de la brasserie avec la gamme traditionnelle.

Par ailleurs, sur le fait que l'information communiquée lorsqu'elle concerne les produits biologiques, et ce y compris les bières, se révèle positive aux yeux des consommateurs, Pierre Delcoigne déclare :

*« on nous l'a reproché, enfin on nous reproche, on nous dit qu'on ne communique pas assez. [...] » Il y a des entreprises qui vont tout de suite communiquer là-dessus, pour se donner une image verte et... et inciter le consommateur en disant : « Vous savez, si vous buvez ma bière, c'est pas la même bière qu'un autre. Mis à part le goût, le côté gustatif, sachez que derrière il y a aussi toute une économie, derrière, une économie durable. » Euh... C'est un... On devrait peut-être le faire... Même chose pour les, les produits nat...
[...] » C'est clair que maintenant on est occupés de relooker un nouveau site internet, on va mettre en place dans ce site internet-là une vitrine où l'on va expliquer ce qu'on fait justement et commencer à communiquer. »*

Néanmoins M. Delcoigne reste peu fervent de l'usage de labels multiples, indépendamment des avantages que ceux-ci peuvent procurer, et semble avant tout attaché à être reconnu pour la qualité gustative de sa bière indépendamment du mode de production duquel elle découle :

« tout ça, ça devient très administratif et [que] j'ai pas besoin de ça. Moi je suis convaincu que ce que je fais c'est bien, ça me suffit quoi. J'ai pas besoin... Ma bière je veux me battre aussi parce que elle à un bon goût, parce que les gens l'aiment bien et pas... pas dire : « ah elle se vend bien parce qu'elle est bio, ah elle se vend bien parce qu'elle est durable ».

Nous pouvons voir apparaître ici en filigrane, en juxtaposant les résultats de cette étude avec le témoignage ci-dessus, certains des obstacles et des défis qui s'imposent au développement du secteur brassicole biologique, mais aussi certaines opportunités existantes pour les brasseurs. De tels résultats semblent se révéler plutôt positifs pour ce secteur dans la mesure où les produits semblent disposer d'un vaste potentiel d'acceptabilité auprès des consommateurs.

Les auteurs valident donc l'hypothèse selon laquelle l'information concernant la technologie de production est à même de modifier la préférence réelle de la bière :

« [...] information on manufacturing processes has a significant effect on beer acceptability. These results indicate that information about the product's history may well have a psychological effect on the perception of the product. This finding has also been reported by other authors (Johansson et al., 1999; Smythe & Bamforth, 2002).

» The results of our study demonstrate that information regarding manufacturing technology is capable of modifying the actual liking of beer. » (Caporale et Monteleone, Op. cit., pp.276-277.)

Néanmoins, quoiqu'elle puisse être importante dans son influence sur la préférence du consommateur, l'information n'en reste pas moins secondaire derrière l'appréciation sensorielle, et ce particulièrement pour un produit comme la bière, dont la consommation et l'appréciation sensorielle supplante pour partie et bien davantage que pour d'autres produits, des considérations en termes de santé ou de nutrition :

«Finally, mean expectation scores deriving from “traditional technology” information show that beer which comes from a well-known and established manufacturing process is very well accepted by consumers» (Caporale et Monteleone, Op. cit., p.275.)

D'autres analyses portant d'une part sur la sensibilité aux informations et d'autre part sur l'intention d'achat et la satisfaction post-achat mériteraient d'être menées à la suite, non plus cette fois sur un terrain d'expérimentation « en labo » mais à plus ample échelle pour tenter de confirmer ou d'infirmer ces résultats. Pour l'heure, nous ne saurions par ailleurs, suivant les avancées de Caporale et Monteleone et de Smythe et Bamforth, que recommander aux tenants de la filière brassicole biologique d'investir particulièrement sur ces aspects informationnels et de communication (étiquetage clair et détaillé particulièrement, mais aussi toutes sortes de canaux permettant de renseigner les consommateurs : visites guidées thématiques de brasseries, d'exploitations agricoles, sites internet dûment renseignés...) auxquels toute une part des consommateurs semble se révéler sensible dans son rapport cognitif au produit bière.

« To explore the potentials of organic agriculture, it is important to know how consumers, as well as producers, relate to food quality and food system issues [...] The results indicate that many interests of the farmers coincide with concerned among those who buy organic food, and that these are more complex than the formal rules for organic agriculture. This may provide a basis for identifying common goals and improving communication and cooperation between consumers and producers in order to further develop the organic food system. » (Torjusen et al., Op. cit., p.207.)

La plupart des études semblent généralement s'intéresser davantage, voire exclusivement, au consommateur, et ce en terme de « préférences ». Nous pensons que dans le cas d'une filière encore très réduite en regard de la production conventionnelle mais néanmoins en plein développement, il est particulièrement pertinent de s'intéresser aux artisans pionniers pour qu'ils révèlent eux-mêmes ce « potentiel » entrevu et qu'ils nous exposent suivant leurs valeurs, leur vision face aux problèmes et aux défis de qualité alimentaire et du système alimentaire.

2.3. Un produit au carrefour de la bière et du biologique

La bière biologique porte cette caractéristique de se distinguer partiellement des autres bières de par son mode de production « du champ à la bouteille » qui se doit de respecter les préceptes des cahiers des charges relatifs à la production, la transformation et la distribution des produits issus de l'agriculture biologique. Ce mode de production induit ainsi certaines différences, principalement au niveau agricole et dans une moindre mesure dans les process de transformation des matières premières. Produire de la bière biologique implique une certaine logistique (production agricole adéquate, stockage séparé, nettoyage, gestion administrative) qui diverge quelque peu de la pratique traditionnelle, en particulier lorsque – la plupart du temps – les deux modes de production sont appliqués sur un même site de production.

C'est là l'un des premiers carrefours qui rapproche à la fois la bière biologique de sa dimension « bière » et de sa dimension « (issue de l'agriculture) biologique » : la très grande majorité des brasseries belges qui proposent un produit ou une gamme biologique le font en parallèle d'une production traditionnelle préalablement initiée et qui demeure la plupart du temps prépondérante en termes de volume.

Nous sommes donc en face d'acteurs, des PME brassicoles, qui à un moment donné décident d'orienter une partie de leur activité vers la production biologique en addition et non en substitution de leur activité traditionnelle¹⁵³. Nous pouvons ainsi considérer qu'en quelque sorte certains brasseurs belges ajoutent une corde biologique à leur arc de tradition.

L'un des brasseurs rencontré (Pierre Delcoigne) explique ainsi pour sa part avoir conçu une bière biologique presque à contrecœur pour pouvoir accéder aux consommateurs « totalitaires », qui ne consomment que bio trouvant ça « *dommage* » pour le reste de sa gamme. En cela on peut considérer qu'il s'agit principalement d'une orientation marketing qui vise à se positionner sur le marché de niche que constitue celui de la bière biologique :

« Nous on l'a fait parce qu'on s'était dit... Parce qu'il faut savoir que dans... dans les consommateurs bio il y en a qui sont... ils ne mangent et ne boivent que bio.

- Donc c'est pour accéder à cette...

[acquiesçant nettement] Voilà. Et donc à un moment donné c'est un peu dommage, on a une Quintine, un beau produit naturel et tout... Si il faut que l'appellation bio soit dessus pour qu'ils en soient convaincus, et bien voilà, cette bière là le propose. »

Il apparaît donc que la bière biologique se distingue également dans une certaine mesure par ses consommateurs, comme le suggèrent certains témoignages recueillis auprès de brasseurs ainsi que les résultats des études présentées en amont. D'un côté, au vu de la croissance continue enregistrée dans la filière brassicole biologique, si les consommateurs de produits biologiques semblent répondre positivement au développement de produits brassicoles de plus en plus nombreux, il semblerait que d'un autre côté la bière biologique peine encore à trouver sa place dans le « circuit bière » classique. Les consommateurs « traditionnels » de bière semblent parfois, aux dires de certains brasseurs, se révéler frileux, réticents voire même farouchement opposés à la bière biologique, souvent vendue en circuit parallèle (magasins, restaurants et marchés biologiques, coopératives maraîchères, etc.) :

« Il faut savoir que t'as une majorité des personnes qui dans le domaine de la bière ne se tracassent pas de ça [de la bière biologique] ; et puis t'as une minorité qui n'y croit même pas du tout, qui dit que pour eux le bio à la limite ça pourrait faire une moins vente, hein, moins de vente ! » (Pierre Delcoigne)

¹⁵³ Comme nous l'avons mentionné plus haut, il n'existe ainsi à notre connaissance que deux microbrasseries (De Plukker et Jessenhofke) dont les gammes commercialisées soient exclusivement biologiques.

*« Il faut savoir que le buveur de bière, comme le buveur de vin, n'est pas du tout un fan de produits bio. Pas du tout hein ! A la limite c'est vu négativement¹⁵⁴. Donc un vrai buveur de Chimay, euh..., d'Orval, de..., vraiment de..., un vrai buveur de bière quand vous lui dites que : « - Tiens, mais moi ma bière elle est bio », c'est une raison de ne pas la boire. « - Bio ? Pfff, tsss, mais qu'est ce que ça veut dire ça ? Non... » En fait c'est négatif. Raison pour laquelle on a, enfin j'ai décidé... Donc **nos deux gammes de produits utilisent deux circuits de commercialisation complètement différents**, donc nous ne vendons pas nos bières bio dans le circuit bière. Parce que y a personne qui est intéressé en fait. [...] ... notre seul distributeur de bière... en Belgique..., pour nos bières bio, c'est un distributeur qui vend des poireaux, des cosmétiques, des trucs dans les magasins bio. » (Marc-Antoine De Mees)*

En ce sens nous pouvons considérer que la bière biologique tend symboliquement mais aussi concrètement à être rattachée au marché biologique dans son ensemble, davantage qu'elle ne l'est au marché brassicole.

A cet égard il semblerait encore, en Belgique du moins, que la bière biologique ne s'adresse pas tant aux « vrais » consommateurs de bière qu'aux consommateurs de produits biologiques en général. D'après M.A. De Mees, les consommateurs belges se révéleraient en effet moins sensibles et « *awares*¹⁵⁵ » à la production brassicole biologique que ne le sont les consommateurs anglo-saxons :

« Alors aux Etats-Unis avec notre bière sans gluten on fait un carton ; en Belgique il y a 90% des gens vous dites : « - On fait une bière sans gluten », ils croient que ça veut dire sans sucre... Donc il n'y a personne qui est au courant, il y a..., tout le monde s'en fout en fait quoi ! C'est vraiment bizarre hein ! Donc c'est vrai que les marchés sont complètement différents. »

En définitive, bien que les enquêtés semblent s'accorder sur le conservatisme des « vrais buveurs de bière » ils reconnaissent néanmoins que l'attrait des consommateurs belges évolue et que la bière biologique à la suite des autres produits biologiques tend à gagner un public de plus en plus large au fil des ans, livrant au passage une vision très « fleurie » des années 1990 :

« Il y a 20 ans d'ici le bio c'était un peu considéré..., c'était le marginal, dans son village, euh... qui mangeait avec ses poules, qui rentraient dans la maison et tout ça quoi. Mais il faut savoir que ce monde là est loin. Dans la tête des personnes de 60-70ans le bio c'est ça quoi, bien que ça commence à changer. Ça commence à changer, mais les générations qui arrivent, les jeunes de 20, 30, 35 ans sont nés dans ça hein ! » (Pierre Delcoigne)

« Dans le temps, les 20 années passées, les gens..., beaucoup de gens qui s'intéressaient à l'agriculture biologique ou les consommateurs biologiques, c'était des gens, allez, je m'excuse hein, mais des gens avec des longs cheveux, des barbes, avec les pieds dans des sandales..., vous comprenez ? C'était des idéalistes... » (Joris Cambie)

« j'ai remarqué que le public avait fortement changé par rapport à il y a 20 ans d'ici. Avant c'était vraiment le..., l'écolo « pur et dur » comme on dit ; maintenant c'est monsieur Tout-le-monde qui achète du bio. Donc la je trouve ça bien quoi [...], que monsieur Tout-le-monde justement commence à s'intéresser au bio... » (Marc Dekeyser)

¹⁵⁴ « ça met pas nécessairement une bonne image sur la brasserie » ira jusqu'à déclarer plus loin M.A. De Mees.

¹⁵⁵ Pour reprendre ici à propos l'un des mots favori du plus américain des belges... (Jean-Claude Van Damme)

La « démocratisation » de la consommation de produits biologiques à laquelle nous assistons ces dernières années constitue donc une opportunité de développement pour le secteur dans son ensemble. Mais d'un autre côté elle laisse également courir le risque d'y perdre en qualité à mesure que croît l'intérêt d'acteurs aux moyens de production et de diffusion industriels et aux exigences de qualité idoines, ainsi que nous avons déjà pu le constater sur certains marchés de l'alimentation biologique¹⁵⁶ ou du secteur brassicole.

« le monde industriel ou commer..., enfin..., le monde commercial dans le mauvais sens du terme s'est emparé du bio et c'est vrai que quand on voit, à des foires comme BioFach où moi je vais depuis que j'ai repris la brasserie, qui est La foire du bio mondiale à Nuremberg, entre il y a 6 ans et aujourd'hui je peux vous dire qu'il y a une certaine différence hein, c'est devenu du big business quoi ! Il n'y a plus... Ca a complètement perdu cette espèce d'image sympathique, euh..., un peu du « peace and love bio »... Alors c'est bien d'un côté mais de l'autre côté il n'y a plus beaucoup de différence aujourd'hui entre... [...] on voit ça par exemple en France, toutes les enseignes de petites chaînes de magasins bio se font reprendre les unes par les autres par les grands style Auchan¹⁵⁷ et Monoprix et des trucs... [...] enfin, le business a changé quoi hein, en bio... » (M-A. De Mees)

Pour autant la bière biologique apparaît encore avant tout aujourd'hui pour les PME brassicoles comme un marché de niche plutôt épargné qui leur permet de se mettre quelque peu à l'abri de la concurrence des géants brassicoles. Ces derniers semblent pour l'heure encore peu enclins à investir la filière biologique, en raison des volumes en jeu et des impératifs de régularité et d'homogénéité continue de leur approvisionnement que ne permet pas entièrement l'approvisionnement en matières premières biologiques dans l'état actuel des choses. De plus la logistique qu'impose l'alternance entre des productions conventionnelles et biologiques ne semble pas adaptée au modèle industriel des très grosses brasseries :

« Bah ce qu'il y a c'est que ça emmerde très fort les gros parce qu'il faut... Au niveau..., au niveau industriel il faut tout nettoyer, il faut être sûr qu'il n'y ait plus une trace d'un produit non bio, donc ce sont des pertes parce que quand vous remettez votre moulin en route après une production non bio, bah on est obligés de passer 50kg de far... enfin de grain bio pour nettoyer l'installation. Donc ça c'est jeté ! Enfin c'est jeté ou bien faut le garder pour... Mais donc c'est très embêtant dans les processus industriels automatisés quoi hein. »

Les PME brassicoles, qui elles travaillent avec des volumes nettement moindres de matières premières et de façon plus artisanale, se trouvent en ce sens jusqu'à présent favorisées pour occuper le terrain du marché de la bière biologique. Développer une gamme biologique leur permet à la fois d'offrir aux consommateurs des produits que certains d'entre eux sont susceptibles d'acheter du fait de leur caractéristique biologique, sachant qu'ils n'achèteraient pas forcément un autre produit de la marque s'il ne l'était pas, tout en leur permettant de ne pas se trouver en concurrence sur ce segment de marché avec des grands groupes brassicoles. En ce

¹⁵⁶ Nous pouvons par exemple citer les fruits et légumes, les œufs, le lait ou encore le pain biologique dont la grande distribution s'est fait le relais.

¹⁵⁷ Brunehaut bio disponible chez Auchan : <http://www.auchandrive.fr/drive/rayon/41359>, le 15 mai 2013. D'autres bières sont disponibles à l'étranger en supermarché sous des noms qui n'indiquent et ne confondent pas l'origine de la brasserie : Vieux Bruges Blanche Bio en France, ... en Angleterre...

sens, même si la plupart des brasseurs déclarent réduire ou réaliser moins de marge sur la production biologique que sur la production conventionnelle¹⁵⁸ ou mentionnent ça et là quelques contraintes, celle-ci constitue donc bien un potentiel vecteur parallèle de rentabilité pour les PME brassicoles belges.

« A un moment donné les entreprises qui se lancent beaucoup dans le bio ils le font aussi parce que... Ben Parce que ça... Parce que ça fait aussi du chiffre, ça fait du volume de ventes, et puis voilà quoi. Et donc ils sont prêts à accepter ce chemin de croix parce que..., parce que de toute façon ça fait du chiffre d'affaire... »
(Pierre Delcoigne)

Signalons enfin, pour clore ici ce point que suivant ce même principe de niche, l'un des enquêtés (Marc-Antoine De Mees) est également parvenu à se positionner dans ce qu'il nomme « *une niche dans la niche* » en développant une gamme de bières présentant à la fois les caractéristiques d'être biologiques et sans gluten, ce qui lui a valu de rencontrer un fort succès commercial en cumulant les avantages commerciaux.

3. Analyse du développement de la filière brassicole biologique wallonne

Après avoir entrevu ce qui fait en partie la spécificité de la bière biologique, nous sommes désormais en mesure d'approfondir notre analyse du développement récent connu par la filière brassicole biologique en Belgique et plus spécialement en Wallonie à l'aide du matériau d'enquête récolté sur le terrain. Il ne s'agira donc pas ici d'une analyse quantitative, mais qualitative de ce développement tel qu'il est perçu par quelques acteurs du monde brassicole qui contribuent à celui-ci. L'objectif est de montrer la diversité des types de rapports à la bière biologique développés par les brasseurs, indépendamment de leur évaluation statistique.

Pour certaines raisons pratiques que nous soulignons déjà en introduction (barrière de la langue) et logiques (cibler des acteurs proches géographiquement, dans une Province active au niveau de la filière brassicole biologique), nous avons principalement axé notre étude de terrain sur des acteurs wallons, et plus spécialement de la Province du Hainaut¹⁵⁹. Nous avons néanmoins cherché, sur certains points, à recueillir auprès des enquêtés des propos qui dépassent ce simple cadre provincial ou régional pour renseigner l'échelon national. Il a de ce fait été assez frappant de constater qu'à l'instar de nombreux autres exemples, si une vision globale de la Belgique s'est affirmée chez chacun des enquêtés, certaines réalités se « réduisent » de fait à une échelle régionale. Ainsi par exemple la plupart des PME brassicoles wallonnes se fournissent-elles

¹⁵⁸ Ce qui rapporté au coût de fabrication d'une bière de 33 cl s'avère en réalité dérisoire étant donné la quantité de matière sèche employée et ne justifie en aucun cas une différence de prix dépassant quelques pourcents.

¹⁵⁹ Brasseries Ellezelloise (des Légendes), Dupont, Brunehaut et Malterie du Château.

essentiellement à la malterie du Château, là où les flamandes semblent privilégier la malterie Dingemans, bien que cela ne constitue pas une règle absolue.

3.1. Bilan et tendances

A première vue, il semble que la production brassicole biologique ait le vent en poupe ces dernières années : de plus en plus de PME ou de structures brassicoles en tous genres de la plupart des provinces du pays proposent un ou plusieurs produits biologiques, faisant ainsi apparaître sur le marché de plus en plus de références. Les deux principales brasseries étudiées (en volume de production biologique) enregistrent en effet une croissance de leur production biologique d'année en année, en parallèle de leur production conventionnelle et les enquêtés se révèlent plutôt optimistes quant à l'avenir :

« moi je pense que le bio va continuer à se développer. Enfin nous en tout cas les chiffres sont là pour le prouver de toutes manières quoi » (Marc Dekeyser)

Nous avons mentionné plus haut le succès rencontré par la brasserie de Brunehaut pour sa gamme de bières biologiques sans gluten. Grâce à cette « combinaison gagnante », la brasserie a réalisé une augmentation de « 60% l'année dernière, dans les bières bio [...] Ça c'est... énorme ! », là où la croissance moyenne du marché biologique seul s'établirait selon Marc-Antoine De Mees autour de « 10% par an quoi ». Ainsi, pour une production annuelle actuelle d'« un peu moins de 4.000 hectos » (2012-2013), M. De Mees déclare en réaliser autour de 50% suivant le mode de production biologique, avec une tendance à la hausse qui pourrait le mener à court terme à une production biologique assez nettement supérieure à la production conventionnelle :

« le bio... c'était un tiers jusqu'à l'année dernière, l'année dernière c'était moitié-moitié et j'ai l'impression que cette année-ci on va faire plus que la moitié en bio. La principale raison étant non pas que le produit soit bio mais que notre gamme bio aujourd'hui est presque entièrement, non seulement bio, mais en plus sans gluten, [...] C'est tout à fait nouveau et on est les seuls dans le monde en fait à faire une bière 100% d'orge, de haute fermentation, refermentée en bouteille, bio et sans gluten. On est seuls. Pour le moment. Ça va pas durer longtemps mais... »

Concernant la brasserie Dupont, si la croissance annuelle de la production biologique s'est avérée moindre en 2012 que dans le cas mentionné précédemment, celle-ci reste soutenue et s'applique à un volume de production deux fois supérieur qui équivaut presque à la production totale de la brasserie de Brunehaut pour la même année :

« la production augmente, allez, plus ou moins de 15% tous les ans actuellement; enfin, au dessus de 10% je vais dire. [...] On fait 20% de la... (il vérifie sur des documents préalablement préparés pour l'entretien) 22% de bio ; presque 22% en 2012..., sur 17.700 hectos quoi, donc... » (Marc Dekeyser)

Avec près de 3.900 HL¹⁶⁰ de bière biologique brassés en 2012, la brasserie Dupont, outre le fait d'avoir été la première en Belgique à se lancer dans la production brassicole biologique en 1990, est également à notre connaissance la plus grosse productrice en termes de volume. Elle propose une gamme biologique parmi les plus fournies et diversifiées du marché avec six références permanentes (dont deux bières blondes, une blanche, une au miel, une aux fruits et une légère) et commence aussi depuis peu à réaliser des « one-shot ».

Toutefois, en dépit d'une fréquente croissance à deux chiffres de la production annuelle de bière biologique enregistrée chez certaines PME brassicoles, les enquêtés restent circonspects et évoquent davantage une croissance linéaire et continue qu'un véritable « boom » de la bière biologique.

« Y a jamais eu de boom, c'est toujours, ça à toujours été en progression. [...] on serait plus sur une progression linéaire je vais dire. » (Marc Dekeyser)

« dans la bière je ne suis pas..., enfin je ne vais pas appeler ça du tout un boom en fait, pas du tout ! » (Marc-Antoine De Mees)

Au niveau de la malterie du Château, on enregistre également bien une hausse continue de la demande en malts biologiques, néanmoins celle-ci apparaît moins flagrante que pour les produits finis des brasseries, pour des raisons qu'évoque le directeur de production de la malterie, Julien Slabbinck :

« ... les augmentations de ces brasseries régionales en bio bah pour nous ça représente... dans le global ça représente une augmentation de 5, voire 8%, 5 à 7% je vais dire de croissance en bio d'année en année. Mais voilà, c'est sûrement des croissances moins élevées que celles qu'eux peuvent avoir en brasserie. Comme je vous l'ai dit bah on exporte énormément de..., on exporte 85% donc la croissance du conventionnel elle est aussi là et donc le pourcentage est atténué. »

D'après M. Slabbinck, si la malterie s'est spécialisée dans la production de « *malts spéciaux* [...] *pour les petites et moyennes brasseries qui proposent des bières spéciales* », celle-ci compte néanmoins parmi ses clients « *des grands groupes internationaux, style Heineken, Carlsberg, InBev...* », qui achètent des quantités bien supérieures aux PME brassicoles belges ou étrangères. Ainsi, puisque nous avons établi que ces grands groupes ne prennent pas part au marché brassicole biologique, nous pouvons aisément concevoir que l'impact relatif à la hausse de la demande de malt biologique sur la croissance globale de la malterie ne soit que peu marqué. Nous n'avons cependant pu disposer d'aucune donnée sur les volumes de production absolus de la malterie du Château, que ce soit pour les malts biologiques ou conventionnels.

¹⁶⁰ Estimation tirée des données précédemment citées.

D'après les témoignages recueillis, le bilan global révèle donc une filière qui depuis plusieurs années accuse un développement continu et pérenne, et les tendances mesurées semblent indiquer que la filière brassicole biologique devrait continuer de se développer au cours des années à venir...

3.2. Défis et contraintes pour les différentes catégories d'opérateurs

Il reste à comprendre la réalité effective de cette croissance visible, ainsi que ses tenants et aboutissants. Si en bout de chaîne les brasseurs produisent certes toujours de plus en plus de bière biologique, comment et pourquoi y parviennent-ils concrètement ?

Ici encore la réalité du monde brassicole belge s'avère plus contrastée et ombrageuse qu'elle ne peut le sembler en apparence. Les filières brassicoles conventionnelle et biologique présentent à la fois des opportunités et des contraintes pour qui y prend part. Celles-ci divergent en fonction de la position occupée dans le monde brassicole, autrement dit selon la nature de l'activité exercée au sein de la filière. Les risques encourus, les défis engagés et les contraintes auxquelles faire face ne sont pas les mêmes selon que l'on soit brasseur, malteur, négociant-stockeur ou producteur agricole. Nous avons ainsi pu relever à partir des témoignages recueillis, des défis et des obstacles propres aux différentes catégories d'acteurs participant de la filière brassicole (biologique) belge, et plus spécialement wallonne.

Concrètement, le secteur brassicole belge (au premier plan duquel les brasseries, mais également les malteries, c'est à dire les « transformateurs »), est largement dépendant d'échanges avec l'étranger. En effet, la plupart des acteurs sont tributaires de l'extérieur, dans un premier temps pour leurs approvisionnements en matières premières agricoles (intrants), puis pour la distribution de leurs produits finis (extrants).

Il suffit pour le constater de s'intéresser, par exemple, d'un peu plus près au réseau d'achat qu'empruntent concrètement les PME brassicoles et derrière elles les malteries auprès desquelles elles se fournissent en matières premières d'origines agricoles et géographiques diverses. Si il existe bien une offre belge de qualité en matières premières brassicoles, celle-ci reste très limitée et n'attire pas spécialement les brasseurs belges comme l'explique Julien Slabbinck, d'après qui l'orge belge employée pour le maltage à façon représenterait « *à peu près 5%* » de l'approvisionnement de la malterie, contre « *90%* » en provenance ou aux alentours de la Champagne-Ardenne :

*« c'est clair que la disponibilité en orge de brasserie en Belgique est faible, mais présente et j'veux dire, de bonne qualité, il ya des très bonnes qualités d'orge de brasserie. On a par exemple ici du côté de Soignies-Gottignies, une société, Agri Discount, avec son gérant Alex Scutenaire qui est un très bon technicien et qui conseille ces agriculteurs et il nous fournit des orges de très bonne qualité. Donc **on a aussi des malts d'orge belges, mais c'est clair que peu de brasseurs nous demandent d'avoir du malt avec de l'orge exclusivement belge.** [...] c'est un petit peu ironique mais c'est vrai que les bières belges sont largement connues, mais si on regarde un petit peu de plus près, finalement on constate que toutes ces bières belges sont fabriquées avec du malt d'orge d'origine hors Belgique.»*

Ce faisant nous voyons assez nettement apparaître une fracture au sein de la filière brassicole belge entre la partie productrice de matières premières (producteurs agricoles) et la partie transformatrice de celles-ci (malteurs, brasseurs) et se dessiner en pointillés les intérêts et les contraintes pour les uns et les autres.

Notre enquête de terrain a donc ici encore été guidée par la volonté d'interroger des individus (représentants les institutions auxquelles ils se rattachent) positionnés en différents endroits de la filière brassicole pour connaître leur perception des défis et des contraintes qui se présentent à eux suivant la place qu'ils y occupent, ainsi qu'à l'ensemble de la filière.

Partant de la réalité constatée quant à l'approvisionnement des brasseries belges , nous avons notamment cherché à sonder les individus rencontrés sur les moyens qu'ils entrevoient pour tendre vers une filière belge, ou des filières régionales, qui intégrerai(en)t davantage les intérêts des différentes catégories d'acteurs en place, soit en définitive qui rapprocherait les malteurs et brasseurs belges des producteurs agricoles nationaux.

Les acteurs des filières conventionnelle et biologique étant généralement les mêmes concernant les brasseurs, nous avons veillé à conserver un double regard sur chacune des filières en vue de pouvoir comparer ou de distinguer au besoin les modes de production. De plus les individus retenus pour l'enquête ayant fait l'objet d'une « sélection » prenant en considération plusieurs critères, notamment la « transversalité » de certains d'entre eux entre différents métiers ou activités du monde brassicole¹⁶¹, nous avons pu obtenir certains propos enrichis par une vision panoptique du monde brassicole.

3.2.1. Producteurs agricoles

Les producteurs agricoles de matières premières à finalité brassicole (orge de printemps et houblon pour l'essentiel) ne bénéficient pas en Belgique des meilleurs avantages comparatifs qui soient par rapport à leurs voisins européens, notamment les Français pour l'orge, qui disposent

¹⁶¹ Par exemple des producteurs agricoles – brasseurs, ou l'inverse quand le brassage constitue l'activité principale (Joris Cambie, Marc-Antoine De Mees, Pierre Delcoigne), ou encore un malteur – brasseur (Julien Slabbinck). Pour rappel, l'ensemble des caractéristiques qui ont présidé au choix des enquêtés est visible en Annexe 1

d'exploitations de plus grande taille, sur des espaces de culture plus vastes, nourris d'un climat davantage bénéfique à la culture de l'orge brassicole.

« la culture d'orge est compliquée, parce que c'est une culture très extensive, c'est pas une culture intensive, et donc déjà le modèle belge ça pose problème. » (Pierre Delcoigne)

Ceux là sont donc en mesure de fournir aux malteries belges des récoltes plus abondantes et homogènes à des prix plus compétitifs que les producteurs nationaux. La Belgique constituerait néanmoins elle aussi pour Pierre Delcoigne un « *très bon terroir pour faire de l'orge de brasserie* », qui lui-même produit l'orge qu'il utilise dans sa brasserie grâce à une exploitation agricole attenante qu'il possède et conduit en agriculture raisonnée. M. Delcoigne déclare utiliser depuis 3 ans (2010) des variétés adaptées au climat belge et n'appliquer « *plus aucun traitement sur l'orge [...] parce que ce n'est pas nécessaire. [...] C'est pas le rendement qu'on recherche à ce moment là, nous c'est la qualité.* » Cela participe d'une démarche qu'il tient pour engagée « *d'abord [dans] un objectif de développement durable* » en privilégiant « *le cycle, le circuit le plus court* », mais également en faveur des « vrais » produits du terroir local.

« on trouve logique qu'il y ait un lien entre la terre, le terroir et le produit que l'on fabrique. Et alors, ça identifie plus encore le produit que l'on fabrique comme étant un produit belge quoi. Et donc depuis sept ans [i.e. : 2006] [...] on fabrique notre orge nous-mêmes. »

Il justifie cette position en faisant appel à un certain bon sens : « *Pourquoi aller chercher loin alors qu'on a de la matière, qu'on sait le faire ici, hein ?* », et se montre un tant soit peu critique envers la démarche de la majorité de ses pairs, pointant à son tour cette contradiction relative à des produits qui seront notamment vendus sur leur « belgitude » mais dont la plupart des ingrédients ne sont pas belges :

« la majorité des malts, enfin des orges qui vont dans les malteries belges viennent d'ailleurs, pas de Belgique, oui. Ils viennent du Bassin Français, la Champagne, et puis aussi Ukraine, Roumanie, Allemagne, Argentine, Australie... Donc il y a des malts, des orges qui font 12.000kms hein ! [...] je trouve que c'est un non-sens du point de vue terroir [...] Vous pourriez aller trouver toutes les brasseries [...], demandez leur une fois le nombre de kilomètres que leur malt fait, ils disent : « bah... » Si, ils vont dire : « ah ben on l'achète à 30 ou à 100km d'ici », donc à une malterie. Oui, d'accord, mais votre orge, vous savez d'où il vient ? « Oh ! Pfouh ! C'est la malterie qui s'en occupe... »

Selon Pierre Delcoigne, le mode de production conventionnel peut se révéler mal adapté à la culture de l'orge de brasserie et faire courir aux agriculteurs le risque de voir leur production déclassée en orge fourragère (vendue moins chère, donc moins rentable). Ce risque du déclassement constitue l'un des principaux freins pour les potentiels producteurs d'orge conventionnelle comme biologique qui courent ce risque « *environ une année sur quatre* » selon J. De Montpellier¹⁶². Le déclassement intervient en fonction des aléas climatiques (une récolte en

¹⁶² Président de l'ASBL « Promotion de l'Orge de Brasserie » (contacté par téléphone).

période humide risque de comporter des micro-moisissures), mais également si l'orge ne répond pas aux critères brassicoles pré-requis, notamment en termes de teneur en protéines. Et c'est concernant cette teneur en protéines que le mode de production conventionnel trop allègrement mis en pratique s'avère présenter des risques (de « sur-efficacité » !) :

« Le conventionnel, ce qui va se passer, c'est que l'agriculture surtout, entre autres l'agriculture belge, mais même ailleurs, on vise le tonnage. A un moment donné on vise plus la rentabilité, on vise le tonnage, parce qu'il faut le payer aussi l'engrais, il faut le mettre sur le champ hein ! [...] et donc à un moment donné, on est..., l'agriculture actuelle est obligée de travailler avec les engrais, parce que le sol n'étant plus nourri, ben le sol ne sait pas nourrir la plante, donc c'est l'homme qui va apporter la nourriture de la plante, qui est l'azote. Et évidemment il y a une relation : plus il met d'azote, plus il fait des kilos, mais des kilos aussi trop riches en protéines, et donc c'est pour ça que parmi les agriculteurs belges peu font de l'orge, parce qu'ils ont peur d'être déclassés... » (Pierre Delcoigne)

Pour M. Delcoigne la production biologique d'orge pourrait même se révéler moins risquée en Belgique, voire même plus aisée :

« L'agriculture biologique, ben là il faut nourrir le sol, que ce soit par... comment dire, le, le... le fumier, parce qu'ils ont du bétail, ou par d'autres techniques, ça peut être aussi tout simplement par des luzernes, des légumineuses qui vont capter l'azote, et il y a moyen d'avoir des orges de qualité sans aucun problème, et avec quand même un beau taux de protéines. Mais évidemment en biologique vous allez jamais dépasser les 11,5 – 12%, donc je dirais que l'orge de brasserie (pèse ses mots) est relativement faisable et peut être plus faisable, plus facile à faire en biologique qu'en conventionnel. En tout cas sur des petits territoires comme la Belgique, où l'on parle de petites fermes, avec des petits lopins de trois hectares par ci, cinq hectares par là. »

Aussi intéressant que soit ce point de vue, il ne reflète pas pour autant l'ensemble des avis rencontrés. Pour Julien Slabbinck, l'orge biologique présente davantage d'incertitudes et d'hétérogénéité :

« au niveau bio on a vraiment toutes les qualités quoi, c'est vraiment très hétérogène. Il y a des très bons bio, il y a des mauvais bio, donc il y a un peu de tout¹⁶³.[...] on prend un peu plus de risques, donc moi je suis plutôt... Bon, moi je suis fils d'agriculteur et je suis plus sur une agriculture raisonnée qu'une agriculture soit intensive ou bio. Je pense que c'est les deux extrêmes et le mieux pour moi c'est le juste milieu, et le raisonné apparaît pour moi comme la meilleur solution pour pouvoir assurer les besoins de tous les brasseurs et avoir un minimum de qualité. Parce qu'on a justement des climats qui sont de plus en plus quand même très changeants et que le climat a une influence importante sur la qualité de l'orge de brasserie, notamment au niveau du développement des moisissures qui peuvent causer des gros problèmes au niveau du brasseur à savoir le gushing. Et donc voilà, avec le bio on peut avoir facilement des problèmes à ce niveau là. »

Le climat belge est lui aussi très souvent présenté comme peu favorable à la culture, mais surtout à la récolte de l'orge, qui idéalement se récolte par temps sec, car l'enjeu est ensuite de faire diminuer le taux d'humidité jusqu'à 14% durant la période de stockage avant que l'orge puisse entrer en malterie :

« faire du bio quand les conditions climatiques sont bonnes ça va mais quand il fait mauvais je pense que c'est encore plus difficile que les autres » (Marc Dekeyser, également agronome de formation)

¹⁶³ Analyse : point de vue intéressant de la part d'un fils d'agriculteur malteur et qui de plus cogère lui-même une brasserie depuis 2012 : il fait son choix « en connaissance de cause ». De plus son point de vue converge avec la plupart des propos exprimés par les enquêtés sur le manque de constance dans la qualité du bio.

« je pense que le souci c'est quand même notre climat : c'est pas évident d'avoir les bonnes périodes pour faire la récolte dans de bonnes conditions, et ça c'est quand même un souci qui est pas évident parce que l'orge de brasserie doit répondre à certaines normes de qualité qu'on arrive difficilement à atteindre à cause de notre climat. Et à mon avis, ça, c'est un frein quand même dans la région. » (Jean-Marie Velghe)

La production d'orge brassicole conventionnelle ou biologique s'avère donc en pratique difficile mais faisable. Cependant les producteurs belges ne rencontrent que peu de demande de la part des brasseurs belges, pour une simple question d'offre à un coût plus élevé que sur d'autres marchés ; marchés que la plupart des brasseurs, en tant qu'utilisateurs finaux, ne consentent pas à payer, la malterie jouant ici essentiellement un rôle d'intermédiaire.

« je suppose que la malterie, elle essaye de s'approvisionner dans..., chez des gens..., chez le meilleur marché quoi. [...] Si ils savent acheter un bateau à 200 € qui vient de loin et on lui paye 20 € de transport et ils ont leur produit ici à 220, pourquoi ils l'achèteraient aux producteurs régionaux à 245 ? C'est les lois du marché quoi, hein ! Donc voilà... » (Jean-Marie Velghe)

L'évocation des sacrosaintes lois du marché est courante dans les discours entendus et les acteurs, quand ils agissent de façon autonome et isolée les uns des autres, ne peuvent ni à eux seuls ni à eux tous faire parvenir à entendre leur multiples voix pour se soustraire à la loi du marché¹⁶⁴. Dès lors qui veut tenter de s'affranchir un tant soit peu de cette donne doit soit disposer d'avantages qui le permettent un minimum, comme par exemple être brasseur et disposer en plus de sa propre exploitation agricole¹⁶⁵, ce qui permet d'être en quelque sorte presque « auto-suffisant » sur tout ou partie des matières premières ; soit songer à rallier une forme d'organisation collective qui permettent de créer des conditions à peu près similaires de mise à l'écart du marché commun¹⁶⁶ ; soit encore tendre vers tout ou partie de ces deux possibilités, comme nous le reverrons ensuite.

« on se dit : « - Bah faisons cultiver notre orge nous-mêmes », et voilà, on va essayer de prendre..., enfin voilà, de nous assurer nous-mêmes notre destin on va dire, sécuriser notre approvisionnement en orge. C'est pas dit que ça va marcher maintenant..., mais bon le malt ça conserve donc... » (Norbert Buysse).

3.2.2. Malteurs/ Malteries

¹⁶⁴ On pourrait de la sorte imaginer dans une grande entreprise qui n'emploierait que des intérimaires, ces dits-intérimaires vouloir faire valoir leurs droits individuels sans moyen de défense collective des salariés (typiquement dans ce cas précis, un syndicat)... (in « Mon Monde idéal » par Pierre Gattaz).

¹⁶⁵ Parmi les situations de ce genre rencontrées, nous pouvons mentionner celles de MM. De Mees et Delcoigne qui produisent leur propre orge. Par ailleurs, en 2013 l'exploitation de M. De Mees a achevé son processus de conversion à l'agriculture biologique. M. Cambie utilise quant à lui son propre houblon biologique dans sa microbrasserie.

¹⁶⁶ Cette démarche se rapproche de celle entamée par la brasserie coopérative de la Lesse, qui parmi son réseau de coopérateurs compte quelques producteurs céréaliers biologiques qui dans un avenir proche pourraient bien fournir de façon exclusive à la brasserie l'orge dont elle a besoin : « Ici cette année ça va être un premier essai et après si on voit que ça marche bien, on fera sans doute des plus grandes quantités pour chaque fois pouvoir assurer une année à l'avance, par exemple. [...] On essaie, voilà, et si notre culture rate cette année, ben on aura besoin de la malterie pour nous assurer de l'approvisionnement. » (Norbert Buysse)

Les malteries apparaissent comme un élément charnière tout à fait incontournable au sein de la filière brassicole et pourtant elles demeurent relativement discrètes et méconnues du grand public. C'est par leur intermédiaire que se trouvent liés des producteurs agricoles d'un côté et des brasseurs de l'autre. Leur rôle apparaît donc à la fois tantôt fondamental, tantôt secondaire.

La plupart des malteries belges étant des malteries de très grande taille appartenant aux plus grands groupes internationaux (Cargill, Boortmalt, etc.), de la même manière que pour les grands groupes brassicoles industriels, la production biologique ne saurait aujourd'hui réellement convenir à leur activité.

En Belgique deux « petites » malteries se sont spécialisées dans la fourniture aux PME brassicoles d'une grande variété de malts spéciaux, parmi lesquels certains issus d'orges biologiques : les malteries Dingemans (Stabroek, Province d'Anvers) et du Château (Beloel, Province du Hainaut).

« il y avait une « niche » qui n'était pas assez satisfaite, et donc cette niche c'est les petits et moyens brasseurs et les malts spéciaux. Et donc dans cette optique là on a mis en place toute une politique d'entreprise qui se base sur la qualité des malts, sur la proposition sur l'offre d'une grande gamme de malts différents pouvant donner la possibilité aux brasseurs de brasser des bières différentes ». (Julien Slabbinck)

La malterie du Château, à laquelle nous nous sommes plus spécialement intéressé, propose en outre comme l'explique M. Slabbinck des « services aux clients » complémentaires au maltage tels qu'une microbrasserie, un laboratoire et un ingénieur brasseur à disposition pour aider les brasseurs à « créer de nouvelles recettes » ou « assurer un suivi de qualité », ainsi qu'encore « la distribution et la commercialisation [...] des consommables¹⁶⁷ qu'on retrouve dans les brasseries »

Au niveau des malteries, la production biologique se tenant en parallèle de la production conventionnelle ne va pas sans poser quelques contraintes logistiques et administratives.

Sur le plan administratif, cumuler les deux modes de production revient à multiplier la charge administrative : davantage de papiers, plus de fournisseurs, davantage de règles à respecter...

Du point de vue de la logistique, si le maltage d'orges biologiques ne pose guère de difficultés spécifiques, il implique toutefois une complète séparation des orges de leur arrivée jusqu'à leur conditionnement final et des procédures de nettoyage plus exigeantes. Néanmoins au niveau de la malterie les coûts de production et les marges dégagées semblent rester à peu près similaires selon le mode de production comme l'affirme M. Slabbinck :

¹⁶⁷ « certains produits qu'on trouve dans une brasserie, à savoir les levures de fermentation, des levures sèches, des houblons, des épices, des sucres spéciaux, des produits de nettoyage... [...] Et donc le brasseur a la possibilité de tout trouver au même endroit à un prix qui est très concurrentiel (compétitif, concurrentiel...) dans le sens où on achète forcément en grandes quantités et on redistribue [...] et ça permet aussi de faire qu'une seule commande, ça fait qu'une seule facture, et ça fait aussi surtout une seule note de frais de transport, c'est un seul transport... »

« Les marges sont les mêmes. J'veux dire, nous, transformer du bio ou du non bio, à part l'aspect nettoyage qui va être répercuté sur toute transformation, nous on prend pas de marge supplémentaire, donc... Nous vendre du bio ou pas du bio, pour nous c'est la même chose. »

En dehors d'un accroissement de leur volume d'activité global, les malteries ne semblent guère faire part d'un intérêt majeur à promouvoir plus particulièrement le malt biologique, y voyant avant tout pour certain l'aspect contraignant :

« La promotion se fait sur tous les produits, maintenant on pousse pas plus le bio ou le non bio, c'est sur le même... le même effort commercial. » (Julien Slabbinck)

D'après Joris Cambie :

« Beaucoup des gens qui font des choses comme ça ne gagnent rien du tout à faire un petit peu de bio, mais ils sont forcés de faire ça car il y a certains plus gros clients qui leur achètent du mal conventionnel, qui leur demandent : « - Est-ce que vous ne savez pas faire aussi du malt bio ? ». Et comme ça avec le temps ils les ont forcé à se dire : « - Ah oui, on va faire ça, c'est un petit marché et on a des clients qui demandent ça alors on va le faire ». Mais ils ne gagnent rien du tout à ça et parfois ils disent : « - Au fond le bio c'est beaucoup d'extra : travail extra, papiers extra, que des petites quantités, etc... Je pense pas qu'ils gagnent beaucoup à ça. Peut-être que... Le monsieur là bas (M. Karl Dingemans) il a dit lui-même que si ça ne venait pas de son père il n'aurait jamais commencé ce projet là, si son père n'avait pas poussé un peu ça ne l'aurait pas intéressé. » (Joris Cambie, évoquant une discussion personnelle qu'il a eue avec M. Karl Dingemans)

L'un des défis que pose la production biologique au niveau de la jonction entre les producteurs agricoles et la malterie consiste à pouvoir adapter la production biologique à des volumes restreints. Les productions étant généralement plus faibles en biologique, les producteurs ne sont individuellement pas tous en mesure de vendre aux malteries qui doivent disposer de lots d'une certaine taille pour pouvoir appliquer leurs process en assurant une pureté variétale :

« Nous [la malterie du Château] un badge c'est minimum..., j'veux dire il faut minimum 35 tonnes d'orge ; et encore sur les 35 tonnes il y a une partie qui sera mélangée par rapport à notre processus, donc il pourra reprendre que 5 à 10 tonnes de malt à 100% de traçabilité, le reste sera mélangé avec d'autres badges... Voilà, et sinon après il faut partir sur un badge de 70 tonnes d'orge. Donc oui, il faut un minimum » (Julien Slabbinck)

En définitive il apparaît que la malterie occupe probablement l'une des positions les plus « confortables » de la filière brassicole avec le stockeur. Ils constituent en effet des intermédiaires incontournables au cours du processus brassicole et permettent de lier l'offre agricole à la demande brassicole. Les politiques d'entreprise que les malteries développent exercent donc une influence directe sur l'ensemble du monde brassicole.

3.2.3. Brasseurs

Ce sont eux qui tirent toute la filière bien qu'ils soient largement tributaires des autres catégories constituantes du monde brassicole. Tout comme l'a souligné Becker pour les modes de l'art, les

brasseurs sont au monde brassicole ce que les artistes sont aux mondes de l'art : la partie la plus en vue et qui mobilise tout autour d'elle une quantité d'acteurs avec laquelle s'établit des rapports d'interdépendance. Ils dépendent et s'appuient largement sur la / les malteries et n'entretiennent souvent qu'assez peu de contacts directs avec les producteurs agricoles.

3.3. Exemples et perspectives futures pour la filière brassicole biologique wallonne

Nous avons au cours de cette étude évoqué un certain nombre de problématiques propres au monde brassicole belge et à la filière brassicole biologique. L'une d'entre elles a particulièrement retenu notre attention au cours de l'enquête de terrain que nous avons menée, à savoir : comment intégrer davantage les différents acteurs de la filière brassicole belge pour à la fois soutenir les producteurs agricoles et PME brassicoles tout en renforçant véritablement l'attache au terroir en matière de production de la bière belge ?

Comment donc parvenir à inciter davantage de producteurs agricoles belges, flamands, wallons, à développer individuellement sur leurs terres et collectivement dans toute une région la culture d'orge pour créer une véritable filière qui puisse trouver un débouché local, régional ou national tout en répondant d'autre part aux exigences qualitatives et à la demande quantitative des brasseurs ?

Un constat déjà évoqué et qui s'imposa au cours de cette étude est celui de la dépendance des acteurs aux marchés internationaux de matières premières et de l'isolement de ceux-ci quand ils se présentent sur ces marchés en tant que simples « électrons libres ». Cette atomisation des PME brassicoles et agricoles les conduit individuellement à devoir accepter les lois et contraintes du marché global, menant ainsi à en reproduire collectivement la logique et à l'asseoir chaque jour un peu plus¹⁶⁸.

L'un des défis majeurs qui émerge autour de la bière biologique est donc de rapprocher les démarches biologiques et locales, de créer de la cohérence dans une démarche et de la solidarité entre des catégories d'acteurs là où prévaut essentiellement la loi du marché ; en d'autres termes de se prémunir d'une organisation collective pour parvenir à substituer et imposer des principes humains là où prévalent des lois économiques arbitraires.

¹⁶⁸ De la même façon qu'en certains endroits un libéralisme débridé aura pu conduire à une certaine « précarisation » du marché du travail, en déposédant notamment les salariés de capacités de résistance et d'organisation au moyen de contrats précaires (Contrats à Durée Déterminée, intérim, etc.) ayant pour effet corollaire de freiner leur participation collective à la défense de leurs droits, nous pouvons considérer que les PME brassicoles et agricoles disposent elles aussi individuellement d'un statut précaire sur les marchés d'échange de matières premières brassicoles.

3.3.1. *Exemples d'initiatives menées à l'étranger avec succès*

Quoique chaque situation nationale, régionale ou locale présente des particularités qui ne permettent guère de les envisager tout à fait sur le même plan, il apparaît tout de même intéressant de prendre connaissance d'autres situations que celle rencontrée sur le terrain de l'enquête pour pouvoir s'en inspirer. Ainsi d'autres exemples d'initiatives qui visent à l'intégration locale des différents acteurs des filières brassicoles biologiques semblent déjà avoir porté leurs fruits, comme au Québec, ou en France (Bretagne) où des microbrasseurs sont parvenus à rassembler autour d'eux une malterie et des producteurs.

➤ **Au Québec :**

Au Québec un « Projet d'expansion de la mise en marché de l'orge de brasserie biologique¹⁶⁹ » a été présenté lors de la *Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie* qui s'est tenue le 7 décembre 2010 (voir Annexe VII) Il s'agit d'un projet conduit par une association composée de onze producteurs d'orge de brasserie biologique, un détaillant de semences et une malterie, s'adressant à sept microbrasseries locales « *qui utilisent déjà du bio, avec une approche qualité* » en vue de « *promouvoir l'utilisation du malt fait à partir d'orge biologique au Québec* ».

Cette démarche consiste donc en un « *projet collectif* » fondé sur « *différents maillons mais un même objectif* » : « *développer une image régionale* » qui « *vend[e] la qualité du produit et non son prix* ». Ce projet met ainsi en œuvre une « *stratégie de 'push' and 'pull'* », où les uns et les autres se renforcent et s'entraînent mutuellement de par la complémentarité de leurs activités associée à une volonté conjointe. Cette initiative rompt ainsi avec la norme dominante qui tend à placer les individus et les entreprises en concurrence sous la seule gouverne des lois du marché (du travail, de l'offre et de la demande, ...) au lieu de les associer pour œuvrer à des destinées communes plus vastes. Les résultats enregistrés révèlent qu'il semble encore exister une certaine crainte de la part de certains brasseurs vis-à-vis de l'utilisation de malts biologiques, d'autant plus que leur prix plus élevé constitue un frein pour nombre d'entre eux. Ici encore la démarche biologique semble donc devoir, pour s'imposer, s'entourer d'un supplément de volonté, de motivation ou de conviction personnelle qui ne retienne pas pour seules considérations les dimensions économiques de la démarche. Comme le résumait par ailleurs M. Velghe :

¹⁶⁹ VALOIS, Alain, (pour l'association Bio Malt Mauricie), « *Projet d'expansion de la mise en marché de l'orge de brasserie biologique* », Présentation effectuée lors de la *Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie*, 7 décembre 2010.

« [...] Disons qu'il doit y avoir d'autres motivations que l'aspect financier pour faire... Pour faire du bio il faut être dans une logique de..., de, allez de vraiment... Il faut vraiment être archi motivé quoi... »

➤ **En Bretagne :**

En Bretagne, région française dynamique au niveau de l'activité brassicole, l'association Inter Bio Bretagne (Association interprofessionnelle de la filière agriculture biologique en Bretagne) a révélé lors d'une « Journée Filière et Techniques » qui s'est tenue le 27 novembre 2012¹⁷⁰, que l'orge brassicole biologique et la bière recelaient un « *fort potentiel de débouchés et de conversion* » dans la région. Sur une trentaine de brasseries artisanales que compte cette région, douze d'entre elles produisent de la bière biologique pour un total d'environ 14.000 HL par an (dont 70% sont réalisés par trois brasseries). Le besoin annuel de ces brasseries est ainsi estimé à « *300 à 350 tonnes de malt Bio* ». Il apparaît donc que « *les 100 hectares d'orges brassicoles Bio cultivés en Bretagne ne suffisent pas pour combler ces besoins, d'où des potentialités de conversion pour les producteurs conventionnels et des opportunités de débouchés pour des producteurs Bio céréaliers qui cherchent à diversifier leur assolement.* »

Il ressort également de la situation rencontrée en Bretagne, qui pourtant pâtit elle aussi parfois d'un climat pluvieux et humide, que les rendements obtenus dans la culture d'orge de brasserie biologique sont « très bons » et ce malgré un niveau d'exigence important :

« Les exigences des brasseurs (calibre des grains, teneur en protéines, pureté variétale, humidité) sont telles qu'une part importante de l'orge est déclassée. Il arrive fréquemment que la moitié seulement de l'orge récoltée soit exploitable pour intégrer le processus de maltage. La valorisation économique reste néanmoins très bonne. La Chambre d'Agriculture estime qu'une récolte de 30 à 40 q / ha engendre un produit brut moyen de 1 200 à 1 500 € / ha, pour un niveau de charges opérationnelles de 4 à 500 € / ha. »

Un producteur d'orge biologique affirme également avoir obtenu un rendement moyen de « *55q / h avant tri* ».

Il existe en outre une « *échelle de prix en fonction de la qualité des malts* » qui permet aux agriculteurs de graduer le manque à gagner d'un déclassement potentiel, et aux brasseurs de graduer leurs dépenses suivant les niveaux de qualité souhaités.

Par ailleurs une association a été créée « De la terre à la bière », qui est parvenue à rapprocher et associer des acteurs à chaque position clé de la filière brassicole biologique :

¹⁷⁰ INTER BIO BRETAGNE, « La Filière 'orge brassicole et bière' bio en Bretagne », *Inter Bio Bretagne vous informe – Le point sur...*, novembre 2012, 2 p.

Encadré 6 : L'association « De la Terre à la Bière »

L'association, créée en 2006, a pour but de mettre en place et de promouvoir **une filière Bio bretonne locale et solidaire**. Elle rassemble parmi ses adhérents une quinzaine de producteurs, un collecteur, un malteur et une dizaine de brasseries (+ une distillerie). La production d'orge représente environ **80 ha en 2012**, permettant la production d'**une centaine de tonnes d'orge maltable**. En 2013, les objectifs de croissance sont importants, et s'élèvent à 300 tonnes. L'association « De la Terre à la Bière » a élaboré un cahier des charges, et constitue un lieu de concertation de ses adhérents (prix, volumes, qualité) pour produire et approvisionner de manière cohérente le marché de la bière biologique en Bretagne.

Source : Inter Bio Bretagne, *Op. cit.*, p.2.

Une telle initiative concrétise ainsi d'une certaine manière celle rencontrée en Wallonie (en Province du Hainaut) et dont l'issue et la réalisation concrète étaient au moment de clore notre enquête toujours en cours de discussion. En outre, l'association a contribué à la création en 2009 d'une malterie artisanale (« Malt Fabrique »), chose devenue rare dans l'absolu et qui demeure unique en Bretagne, qui malte tous types de céréales pour des brasseries et microbrasseries locales

Notons qu'un certain nombre de brasseries bretonnes continuent néanmoins de figurer parmi les « *près de 1400 clients* » (J. Slabbinck) de la malterie du Château, à l'instar de la Brasserie de Bretagne (sic.), aujourd'hui « *en quête d'un ancrage breton consolidé* ».

Ceci constitue un nouvel exemple qui montre que les acteurs du monde brassicole apparaissent en Bretagne comme en Belgique comme profondément divisés entre une quête de repères, ou d'« ancrages » territoriaux, mais aussi patrimoniaux, culturels, voire même identitaires¹⁷¹, en même temps qu'ils prennent part à la dynamique du monde brassicole comme il va : un monde où l'on prétend souvent vouloir garder les pieds sur terre (natale, nationale...) quand la tête et les mains sont pourtant bel et bien ailleurs.

3.3.2. Des projets à l'étude en Belgique

Dans l'état actuel des choses, les motivations répondant essentiellement aux commandes du marché de l'offre et de la demande, hormis un signal politique clair mais peu vraisemblable qui fournirait aux agriculteurs conventionnels ou biologiques l'envie et/ou les moyens d'innover en ce sens (soit des garanties assurancielles, des subventions, des efforts en termes de recherches, etc.), il nous semble peu probable qu'une importante filière « orge de brasserie » ne soit à même

¹⁷¹ Dans le cas d'une entreprise on pourrait aussi parler de la recherche non pas d'une identité, mais d'une image de marque.

de voir le jour en Wallonie quand tout incite d'un côté les agriculteurs à se tourner vers d'autres cultures plus sûres et rentables, et de l'autre les malteurs et les brasseurs à se tourner vers d'autres canaux d'approvisionnement.

« - Et si pour un brasseur de l'orge venue de France est moins chère à acheter, pourquoi acheter de l'orge de Belgique ?

- *Alors concernant le prix de l'orge, évidemment d'importation française, danoise ou allemande, vous avez tout à fait raison et c'est pour ça qu'il faut des brasseurs qui soient motivés par un circuit court avec des produits d'origine du terroir.* » (Jacques De Montpellier)

Nous avons eu la chance d'avoir vent d'une initiative en cours de discussion en Wallonie (surtout en province du Hainaut) lancée par l'ASBL « Promotion de l'Orge de Brasserie » et soutenue par « Hainaut Développement », visant à rapprocher différentes catégories d'acteurs, parmi lesquels cinq personnes figurant parmi nos contacts pour cette étude¹⁷². Il est question ici de chercher à rapprocher les producteurs agricoles belges de brasseurs qui désireraient se fournir localement en circuit court, en offrant à chacun des garanties suffisantes : aux agriculteurs l'assurance de vendre leur production à bon prix tout en se prémunissant contre les risques d'un déclasserement ; aux brasseurs l'assurance de disposer d'une orge de la meilleure qualité en quantité suffisante et dans une large gamme variétale sans surcoût majeur par rapport aux prix moyens du marché.

Jacques De Montpellier qui se trouve être l'initiateur de ce projet le présente ainsi :

« *Donc en fait on est en train d'établir maintenant avec des négociants, la malterie du Château, des personnes dont M. Cheval entre autres, de pouvoir produire en Belgique de l'orge qui soit rentable pour l'agriculteur. Ça c'est la première condition parce qu'aujourd'hui en fait il y a très peu d'orge qui est produite en Belgique, ; je sais pas les volumes mais très peu. [...] Par contre il y a des grosses demandes de malt en Belgique et il y a une demande importante pour la brasserie parce qu'il y a beaucoup de petites brasseries qui, je pense en tous cas, seraient intéressées par de l'orge belge.*

» [...] *si [le projet] se développe aujourd'hui c'est parce que, je dirais, il y a un intérêt d'un certain nombre de consommateurs de manger quelque chose qui est plus proche, enfin qui représente plus l'image qu'il a de ce qu'est l'agriculture proche du citoyen quoi.*

» [...] *Et donc l'idée actuelle c'est de contacter quelques brasseries, voir celles qui seraient intéressées, fixer avec elles le prix et surtout la quantité qu'elles demanderaient, et en fonction de cette quantité demandée, eh bien calculer la quantité de l'orge et de malt qu'il faut, et donc faire des contrats pour produire cette orge qui permettrait d'approvisionner les brasseurs intéressés [...] on va établir un contrat prenant en compte les parties, c'est à dire agriculteurs, négociants, malteurs et brasseurs avec un prix qui sera calculé en ayant une marge pour chacun, et donc je dirais un prix rentable pour chacun.*

» [...] *Nous voulons un prix stable pour que le brasseur sache qu'il y a une origine qu'il paierait un peu plus cher en moyenne, mais certaines années ça ne serait pas plus cher et puis il saura que le prix de sa matière est garanti et ce sera, par exemple, un contrat pour trois ans. On garantirait un prix et à l'agriculteur et au malteur et au négociant, fixe pour trois ans. Voilà donc ça c'est un peu l'idée. Et donc là on parle de filière courte.*

» [...] *c'est une question d'opportunité pour les brasseurs : si ils pensent que c'est un marché qui est porteur, eh bien ils voudront bien payer un tout petit peu plus cher la matière première pour pouvoir vendre leur bière et afficher « orge du terroir » ou « orge belge » [...] ; c'est un marché de niche que nous voulons développer et donc il faut s'adresser à des brasseurs qui eux veulent une orge belge, ça c'est clair.* »

¹⁷² Il s'agit de MM. M-A. De Mees, P. Delcoigne, J. Slabbinck, J. De Montpellier et J-M. Cheval.

Signalons que l'ASBL ne s'intéresse essentiellement aujourd'hui dans cette démarche qu'à l'orge et aux producteurs conventionnels, mais qu'elle voit également au travers de son président dans le mode de production biologique des opportunités comparables :

« Je pense qu'il y a une demande de certaines petites brasseries pour avoir de l'orge bio... [...] j'ai parlé avec plusieurs brasseurs qui étaient intéressés par des orges bio aussi. Donc ça c'est tout à fait clair qu'il y a certainement une demande, mais alors il faut voir comment on peut combiner la demande et l'offre, voilà. [...] Alors je pense que c'est une filière qui a tout à fait sa place. [...] Mais évidemment il y aura aussi un coût qui devra être intégré [...] toutes les matières premières bio sont actuellement plus chères que les conventionnelles, ça c'est clair. »

Le projet en reste pour l'heure toujours au stade de la discussion mais il se pourrait que l'on en réentende parler dans un avenir plus ou moins proche. A suivre donc...

Une initiative similaire nous a également été rapportée par Joris Cambie, qui a vu le jour en Flandre sous la houlette de M. Paul Verbeke de Bioforum Vlanderen, et impliquant entre autres cette fois non pas la malterie du Château, mais la malterie Dingemans. Il semblerait néanmoins aux dires de M. Cambie que cette initiative n'ait pas réellement porté ses fruits jusqu'ici et nous n'avons nous même pas été en mesure d'en avoir plus directe connaissance.

Signalons enfin avant de terminer là cette brève présentation des initiatives visant à rapprocher entre eux les acteurs de la filière brassicole qu'un regroupement de producteurs de houblon a également donné lieu à la création d'un label à faire figurer sur les étiquettes qui garantit une origine belge des houblons.



L'une des perspectives majeures qui se présente aux divers acteurs de la filière brassicole belge, et plus particulièrement au nombre restreints d'acteurs de la filière biologique, serait donc de tendre vers une filière qui intègre davantage sa base agricole et fonctionne suivant le principe du circuit court.

CONCLUSION

Notre étude s'est axée sur la compréhension du « phénomène » de la bière (certifiée) biologique auquel nous pouvons assister aujourd'hui en différents endroits d'Europe, mais plus spécialement en Belgique (Région Wallonne). Nous avons pour cela considéré « la » bière biologique selon une définition élémentaire et presque tautologique : « Est une bière biologique toute bière officiellement certifiée en tant que telle par un organisme ayant compétence en la matière ». Une bière biologique est ainsi une bière produite dans le respect de cahiers des charges qui prescrivent un certain nombre de principes et d'usages et qui en proscrirent d'autres.

La bière biologique a émergé à la fin des années 1980 – début des années 1990 en différents endroits du monde occidental (Europe, Etats-Unis) et s'est peu à peu développée au point d'obtenir une certaine visibilité dans les sphères brassicoles et « bièrophiles », mais plus généralement aussi en différents endroits de l'espace social.

Celle-ci n'ayant avant cela pas fait l'objet d'études de la sorte qui auraient pu nous permettre de nous inscrire dans l'un ou l'autre paradigme ou cadre théorique, nous avons dû songer à la façon dont nous pourrions à notre niveau *définir et* considérer cet objet pour tenter d'en faire l'objet d'une recherche scientifique.

L'Histoire s'est ainsi révélé être une porte d'entrée qui devait nous conduire à asseoir un premier élément théorique : la bière (certifiée) biologique apparaît comme un objet, un produit, un phénomène brassicole tardif dans l'histoire longue de la bière, à la suite d'autres objets, produits et phénomènes étant survenus auparavant et en parallèle d'autres qui lui sont contemporains. La bière biologique apparaît donc d'un point de vue historique comme une nouvelle déclinaison contemporaine de ce que fut et de ce qu'est la bière.

Notre curiosité s'est alors portée sur les moteurs et les mécanismes du changement en matière brassicole qui ont conduit la bière au sens générique à prendre de multiples formes au fil du temps. Il aura donc pour cela fallu s'intéresser de plus près à l'histoire sociale qui s'est déroulée en parallèle de l'histoire de la bière *stricto sensu* et qui aura influencée les façons de faire exister le produit bière. Ce faisant, nous avons tenté au travers de différents exemples de montrer tout au long de ce travail sous un angle sociologique que les déclinaisons prises par la bière sont le produit d'époques, de lieux, de cultures qui établissent des configurations particulières des rapports sociaux, marchands..., et qui à la suite déterminent certaines façons dont les Hommes vivent et consomment leur environnement.

La bière biologique ainsi considérée apparaît comme un phénomène neuf et contemporain, dont les racines les plus profondes plongent jusqu'aux années 1970 avec l'apparition de l'agriculture biologique et qui s'est peu à peu développée dans le sillage et en léger différé de l'institutionnalisation et du développement de ce mode de production et de consommation en ce qui concerne les produits alimentaires bruts et transformés. Ce phénomène aura pris un certain essor au cours des années 1990, qui se prolonge et s'intensifie encore de nos jours.

L'apparition de la bière biologique en Belgique remonte à 1990, à l'initiative de la brasserie Dupont. Devant l'engouement croissant pour les produits alimentaires issus du mode de production biologique et à la suite pour les bières ainsi produites, d'autres brasseries ou établissements brassicoles/commerciaux – nous en avons dénombré 16 en Belgique¹⁷³ - leur ont petit à petit emboîté le pas au point de devenir un phénomène remarquable au sein du monde brassicole.

Ce premier travail de positionnement théorique et empirique de notre objet effectué, nous nous sommes intéressé empiriquement et suivant un angle sociologique à la façon dont nous assistons au développement de la bière biologique en Belgique et par suite à la constitution de ce qui peut s'envisager comme une filière et un monde brassicole biologique.

Il fallait donc pour ce faire disposer d'une certaine connaissance du paysage brassicole belge dans son ensemble : de son histoire, de ses institutions, de ses tenants agricoles, industriels et brassicoles à proprement parler, qui composent collectivement et représentent individuellement une multitude d'entreprises, d'activités, d'individus. Ceci afin de rendre compte dans une perspective « beckerienne » des caractères dynamique et interactif qui animent le ou *les mondes* de la bière belge, réalisant là notre principal emprunt théorique et notre principal apport sociologique.

Nous avons pour cela eu recours à de sources variées et mené une enquête de terrain durant laquelle dix entretiens qualitatifs ont été réalisés auprès de différents types d'acteurs¹⁷⁴ qui nous ont permis d'identifier certains enjeux, contraintes et défis sous-jacents aux filières brassicoles conventionnelles et biologiques.

Nous avons ainsi pu montrer que l'essor de la bière biologique en Belgique, outre l'attrait croissant pour les produits biologiques en général et une certaine vague d'engouement récent pour la bière artisanale – en général, et Belge en particulier – repose essentiellement sur les

¹⁷³ Voir Annexe VIII.

¹⁷⁴ Brasseurs, producteurs agricoles, malteur, fonctionnaires régionaux et membres d'A.S.B.L. (liste complète en Annexe I)

mêmes structures brassicoles (malteries, brasseries) et individus qui composent la filière conventionnelle et qu'elle reproduit pour partie les logiques inhérentes au monde brassicole belge.

Cependant, la transformation n'impliquant guère de différences majeures dans les processus de production en malterie et en brasserie (hormis une logistique qui prévoit un stockage séparé des matières premières et des procédures de nettoyage adéquates), les principales différences et les principaux enjeux se situent donc pour l'heure au niveau de la production agricole de matières premières.

Outre le fait que le mode de production biologique implique des pratiques spécifiques et un travail plus exigeant pour les agriculteurs, la culture d'orge biologique présente à la fois des risques et des contraintes analogues à la culture conventionnelle (déclassements réguliers ; risques climatiques ; etc.) et d'autres distincts (plus petits volumes de production qui accentuent les effets d'un déclassement ; difficulté accrue pour les producteurs de constituer des lots de taille suffisante pour les malteries sans se regrouper ; etc.).

La culture de matières premières brassicoles biologiques recèle néanmoins certains enjeux et pose quelques défis :

- un enjeu financier, dans la mesure où l'orge biologique se vend plus chère que l'orge conventionnelle ;
- un enjeu écologique, éthique et sociétal : celui de produire en générant le moins d'impact négatif possible tout en satisfaisant aux différents niveaux d'exigence et en générant un bénéfice social ;
- un enjeu agronomique (et en définitive gustatif également) en développant des variétés d'orges et de houblons variées qui puissent permettre aux brasseurs belges de disposer d'une palette d'ingrédients aussi fournie qu'en agriculture conventionnelle et ainsi repousser ce qui apparaît aujourd'hui pour ces derniers comme une limite majeure à la pleine expression de leur savoir-faire.

Ce dernier point paraît constituer aujourd'hui la principale limite et demain le principal défi au plein développement de la filière brassicole biologique en Belgique.

Aussi, un second défi majeur semble se poser pour l'avenir dans un contexte où l'idée d'une relocalisation de la production/consommation progresse et semble peu à peu faire des émules. Celui-ci réside dans l'instauration de circuits courts d'approvisionnement, qui offriraient aux consommateurs la possibilité (encore infime) d'opter pour des produits brassicoles qui soient 100% belges. Ceci semble devoir passer par une volonté claire de la part de plusieurs catégories

d'acteurs, en premier lieu les brasseurs, de s'affranchir des logiques du marché « *as usual* » pour à leur suite inciter davantage de producteurs agricoles nationaux à leur fournir des matières premières. La constitution d'une filière intégrée, qui rassemblerait au plus près producteurs agricoles, malteurs et brasseurs et qui assurerait une bonne complémentarité entre les opérateurs des différents sous-systèmes du monde brassicole tout en leur assurant certaines garanties, semble ainsi pour quelques-uns des enquêtés faire partie des objectifs à atteindre.

La filière / le monde brassicole biologique qui se constitue petit à petit, de par sa relative jeunesse et sa propension d'adaptation au contexte brassicole belge tel qu'il est vécu à l'échelle des PME, semble peut-être le mieux à même de pouvoir offrir cette opportunité.

BIBLIOGRAPHIE

Littérature scientifique :

➤ *Ouvrages*

- AUBERT, Claude, *L'Agriculture biologique. Une agriculture pour la santé et l'épanouissement de l'homme*, Paris : Le Courrier du Livre, 1970, 253p.
- BECKER, Howard S., *Les Mondes de l'art*, Paris : Flammarion, 2010 (rééd.), 382p. (trad. de *Art Worlds*, 1982, University of California Press).
- BECKER, Howard S., *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*, Paris : Métailié, 1985, 247 p.
- BOURDIEU, Pierre (dir.), *La misère du monde*, Paris : Seuil, 1993, 956 p.
- BOURGEOIS, Claude, *La bière et la brasserie* (1^{ère} éd.), Collection « Que sais-je », Paris : PUF, 1998, 127 p.
- COLLECTIF, *Agriculture biologique : situation et perspectives. Comptes-rendus du colloque organisé par l'Association Universitaire pour l'Environnement (26 Novembre 1988)*, Gembloux : éditeur indéterminé, 1989.
- DEBIO, *Regler for økologisk landbruksproduksjon. (Norwegian certification rules for organic farming)*, Norway : Debio, Bjorkklagen, 1998.
- DEBIO, *Regler for foredling, import og omsetning (Rules for processing, import and trade)*, Norway : Debio, Bjorkklagen, 1999.
- DE CERTEAU, Michel, *L'écriture de l'histoire*, Paris : Gallimard, coll. « Folio », 2002 (1^{ère} éd. 1975), 528 p.
- DE SILGUY, Catherine, *L'Agriculture biologique*, Paris : Puf, Coll. « Que sais-je », 1991.
- DURKHEIM, Emile, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris : PUF, 1894 (rééd. 2000).
- JACQUEMIN, Alexis, DE GHELLINCK, Elisabeth (collab.), *L'évolution de la concentration dans l'industrie de la brasserie et des boissons en Belgique*, Bruxelles : Commission des Communautés Européennes, 1976, 108 p.
- LAFAYE, Claudette, *Sociologie des organisations*, Paris : Nathan, 1996, 128 p.
- LE GOFF, Jacques, NORA, Pierre, (Dir.) *Faire de l'histoire. Nouveaux problèmes, nouvelles approches, nouveaux objets.*, Paris : Gallimard, coll. « Folio », 2011 (1^{ère}éd. 1974), 1008 p.
- MACE, Gordon, PETRY, François, *Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales*, Québec : Les Presses de l'Université de Laval, 2004 (3^{ème} éd.), 134p.
- PASTEUR, Louis, *Etudes sur la bière, ses maladies, causes qui les provoquent, procédé pour la rendre inaltérable, avec une nouvelle théorie de la fermentation*, Paris : Gauthier-Villars, 1876, 387 p.
- QUIVY, Raymond, VAN CAMPENHOUDT, Luc, *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris : Dunod, 2006 (3^{ème} éd.), 256p.
- ROURE, Karine, *Les Systèmes de Garantie Participatifs, pour l'agriculture biologique associative et solidaire*, Uzès : Editions Nature & Progrès, 2007, 63 p.
- SCHUMPETER, Joseph, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris: Petite bibliothèque Payot, 1990 (1^{ère} éd. 1942), 451 p.

SPENCER HORNSEY, Ian, *A History of Beer and Brewing*, Royal Society of Chemistry, 2003, 742 p.

VAN DAM, Denise, *Les agriculteurs bio, vocation ou intérêt ?*, Namur : Presses Universitaires de Namur, 2005.

VEYNE, Paul, *Comment on écrit l'histoire. Essai d'épistémologie*, Paris : Seuil, coll. « Points », 1996 (1^{ère} éd. 1971), 438 p.

WEBER, Max, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Coll : « Champs classiques », Flammarion, 2000 (1^{ère} éd. 1904), 394 p.

ZINN, Howard, COTTON Frédéric (Trad.), *Une histoire populaire de Etats-Unis. De 1492 à nos jours*, Marseille : Agone, 2002, 812 p.

➤ **Articles**

BENGHOZI, Pierre-Jean, « Becker Howard S., Les Mondes de l'art », *Revue Française de Sociologie*, 1990, 31-1, pp. 133-139.

BERTACCHINI, Yann, STRASSER, Catherine, 2011, « Intelligence économique et créativité au sein de la PME/PMI : une compétence offensive à organiser », *Revue internationale d'intelligence économique* 1/2011 (Vol 3), p. 13-35.

BONTI-ANKOMAH, Samuel, YIRIDOE, Emmanuel K., « Aliments biologiques et conventionnels : examen de la perception sur les facteurs économiques de la perception et des préférences des consommateurs. Rapport Final », Centre d'Agriculture Biologique du Canada (CABC), 2006.

BOURDIEU, Pierre, « Quelques propriétés des champs », *Questions de sociologie*, Paris : Éditions de Minuit, 1984b, pp. 113-120.

BOURDIEU, Pierre, « L'illusion biographique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1986, vol. 62-63, pp. 69-72.

CAPORALE Gabriella, MONTELEONE Erminio, « Influence of information about manufacturing process on beer acceptability », *Food Quality and Preference*, 2004, Vol. 15, Issue 3, pp. 271-278.

COUR DES COMPTES EUROPEENE, « Audit du système de contrôle de la production, de la transformation, de la distribution et de l'importation de produits biologiques », Rapport spécial n° 9/2012, Luxembourg : Office des publications de l'Union Européenne, 2012.

DABBERT, Stéphan, 2006, « Measuring and Communicating the Environmental Benefits of Organic Food Production », *Crop Management*, 2006.

DECLERCQ, Nicolas, DUTHOIT, Olivier, COLLIN, Sonia, MAUDOUX, Marc et CARIO, Philippe, « A New Alternative to Increase the Flavour Stability of the Beer », *Beer Today* (2), 2009, pp: 64-69.

DE FRANCHIMONT, A., « Dossier bières : Le marché belge de la bière », *Distribution d'Anjourd'hui*, Bruxelles : Comité Royal Belge de la Distribution, 2008 (48^e année), n° 7 (octobre-novembre), pp. 38-41.

DE SILGUY, Catherine, « Agriculture biologique. Impact sur la qualité des produits et l'environnement. Organisation des filières », pp.59-63, in CERF, Marianne et al. (éds), *Qualité et Systèmes agraires : techniques, lieux, acteurs*, INRA, coll. : Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement, 1994, n° 28, 380 p.

- DUBET François, MARTUCELLI Danilon, Théories de la socialisation et définitions sociologiques de l'école, *Revue française de sociologie*. 1996, 37-4. pp.511-535.
- GRUNERT Klaus G., BECH-LARSEN Tino, BREDHAL Lone, « Three issues in consumer quality perception and acceptance of dairy products », *International Dairy Journal*, 2000, Vol. 10, Issue 8, pp.575-584.
- HAMEL, Jacques, « De la nature réflexive de la sociologie et de la disparition de son objet », *Revue européenne des sciences sociales*, 2007, Tome XLV, N° 139, pp. 45-56.
- HAMMERMEISTER, Andrew, « Les avantages des produits biologiques », *Reader's Digest*. Centre d'Agriculture Biologique du Canada (CABC), 2005.
- JOHANSSON L., HAGLUND A., BERTLUND L., LEA P., RISVIK E., « Preference for tomatoes, affected by sensory attributes and information about growth production », *Food, Quality and Preference*, 1999, Vol. 10, Issues 4-5, pp.289-298.
- JONVEAUX Isabelle, « Bière belge et image monastique. Un exemple d'économie charismatique », *Ethnologie française*, 2011, Vol. 41, pp.117-130.
- MÉLOTTE, Laurent, NIZET, Sabrina, BODART, Etienne, COLLIN, Sonia., « Impact of Organic Practices on Organoleptic Properties of Beer », (communication faite lors de la) *32nd European Brewery Convention*, Hamburg, Germany, 10-14 may 2009.
- PARIZEL, D., « Dossier : La bière biologique », *Valériane*, Jambes : Nature & Progrès ASBL, Septembre/octobre 2005, n° 55, pp.8-16.
- RYSENAER, A., « Intégration verticale et réglementation : l'exemple de la bière », *Cahiers économiques de Bruxelles*, 1990, n°128 (4^{ème} trim.), pp.423-444.
- SCHILPEROORD, Peer, FRIED, Padruot, « Culture biologique d'orge de brasserie en montagne : essais variétaux », *Recherche Agronomique Suisse*, 2013, n°4 (3), pp. 146-149.
- SMYTHE J.E., BAMFORTH C.W., « A Study of the Effect of Perceived Beer History on Reported Preferences by Sensory Panels with Different Levels of Training », *Journal of the Institute of Brewing*, 2002, Vol. 108, Issue 1, pp.34-36.
- TORJUSEN Hanne, LIEBLEIN Geir, WANDEL Margareta, FRANCIS Charles A., « Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway », *Food, Quality and Preference*, 2001, Vol. 12, Issue 3, pp.207-216.
- VAN DAM, Denise, NIZET, Jean, DEJARDIN, Marcus, « La transition des agriculteurs conventionnels vers le bio : une dynamique cognitive et émotionnelle », *Les Cahiers internationaux de psychologie sociale*, 2010 (1), n°85, pp.159-181.
- WINTER, Carl K., DAVIS, Sarah E., Les aliments biologiques sont-ils meilleurs pour la santé ? » in *Journal of Food Science*. Institute of Food Technologies (IFT). novembre-décembre 2006.
- WIER, Mette, CALVERLEY, Carmen, « Market potential for organic foods in Europe », *British food Journal*, 2002, 104(1) : p 45-62.
- WIER, Mette, MØRCH ANDERSEN, Laura, MILLOCK, Katrin, O'DOHERTY, JENSEN, Katherine, RONSENKVIST, Lars. « Perception, values and behaviour: The Case of organic foods », *Agriculture and Human Values*. [unpublished], 2005.

➤ *Thèses et Mémoires*

DELCROIX, Eric, « Profil d'un secteur en évolution : le marché de la bière en Belgique », Mémoire d'Ecole de commerce. Bruxelles : ULB – Solvay Business School, 1984.

LEFEBURE, Julie, « La mise en tourisme de la bière en Belgique », Mémoire en Tourisme, Bruxelles : ULB – IGEAT, 2006.

MAGNAN, Yves, « Glossaire anglais-français sur le vocabulaire spécifique à la fabrication de bière », Mémoire en traduction, Mons : Ecole d'Interprètes Internationaux, 1987.

TREMBLAY, M., « Du territoire au boire : la bière artisanale au Québec », Laval : Université Laval, Faculté des Lettres Département d'Histoire, 2008, 144 p.

VANKEERBERGHEN, Audrey, « 'Etre agriculteur bio' : Engagements individuels, engagements collectifs », Thèse de Doctorat en Sciences sociales et politiques, Bruxelles : Université Libre de Bruxelles, 2011.

Littérature commune :

➤ *Ouvrages :*

CELS, Jos, *Les brasseurs du Hainaut*, VIF Editions, 1994.

COLE, Melissa, *Tout sur la bière*, Paris : Gallimard, 2011, 224 p.

COLIN, Jean-Claude, DEGLAS, Christian, SPARMONT, Jean-Louis, *ABCdaire de la bière*, Paris : Flammarion, 1996.

DUBRULLE, Bernard, *Le Petit-futé. Bières Belges 2009-2010*, Paris : Nouvelles Editions de l'Université, 2009.

DEGLAS, Christian, *Le goût de la bière belge*, Braine-l'Alleud : éd. Collet, 1996, 278 p.

DELOS, Gilbert, *Les bières du monde*, Paris : Hatier, 1993, 254 p.

GUIGUI, Pierre, *Le Guide des meilleurs vins bio de France*, Gault & Millau, 2010, 191 p.

JACKSON Michael, *The Pocket guide to beer*, Running Press, 2000 (7^{ème} éd), 208 p.

LATOURE, Achille, *Les brasseurs et la bière*, Nonette : éd. Créer, 1989.

LOUCKX, Martine., *Itinéraire de la bière : 55km à travers Bruxelles et le Brabant Flamand occidental*, Bruxelles : Société Royale Belge de Géographie, Collection « Hommes et paysages », 1989, n°7, 48 p.

MARX, Karl, ENGELS, Friedrich, *Manifeste du Parti Communiste*, Londres, 1848.

PERRIER-ROBERT, Annie, FONTAINE, Charles, *La Belgique par la bière, la bière par la Belgique*, Luxembourg : Schortgen, 1996, 190 p.

SEPUL, René, OLSSON, Cici, *Brasseurs d'ici : Histoire de la bière en Wallonie et à Bruxelles*, Collection « Gens d'ici, gens d'ailleurs », Bruxelles : La Renaissance du livre, 2006, 129 p.

➤ **Articles :**

BEAUDELOT, Ariane, LUBURIC, Nicolas, « La Filière brassicole bio wallonne », *Itinéraires Bio*, n°6, septembre-octobre 2011, pp. 10-12.

BEER & SOCIETY INFORMATION CENTER, « Edition 2013 du baromètre de la bière », Bruxelles : B&SIC, 5 juin 2013, 7 p.

BODEUX, Jean-Luc, « Les « faux » brasseurs font mousser le secteur », *Le Soir*, 3-4 mai 2014, p.23.

BRASSEURS BELGES (Confédération des), Rapport annuel 2012, Bruxelles : Brasseurs Belges, 5 juin 2013, 39 p.

BRASSEURS BELGES (Confédération des), Rapport annuel 2011, Bruxelles : Brasseurs Belges, 2012, 19 p.

CONFEDERATION DES BRASSERIES DE BELGIQUE (C.B.B.), *Le Journal du Brasseur*, Bruxelles : C.B.B., Juillet 2000 (année 107), 36p.

DELHALLE D., « Budget : la bière n'échappera pas à l'augmentation des accises », *RTBF.be Info*, rubrique « Eco », 2 juillet 2013. En ligne : http://www.rtbf.be/info/economie/detail_budget-la-biere-n-echappera-pas-a-l-augmentation-des-accises?id=8031539, consulté le 02.12.13.

DILLON, Didier, « Ginette, blanche, bio et savoureuse », *BIOinfo*, n°113, Octobre 2011, pp.24-25.

INTER BIO BRETAGNE, « La Filière 'orge brassicole et bière' bio en Bretagne », *Inter Bio Bretagne vous informe – Le point sur...*, novembre 2012, 2 p.

PARIZEL, D., « Dossier La bière biologique », *Valériane*, Jambes : Nature & Progrès ASBL, n° 55, septembre-octobre 2005, pp. 8-16.

VALOIS, Alain, (pour l'association Bio Malt Mauricie), « Projet d'expansion de la mise en marché de l'orge de brasserie biologique », Présentation effectuée lors de la *Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie*, 7 décembre 2010.

➤ **Textes de lois**

COMMISSION EUROPEENE, Règlement (CE) N° 889/2008 de la Commission du 5 septembre 2008 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles, publié au *Journal Officiel de l'Union Européenne* [L 250/1] du 18.09.2008.

COMMISSION EUROPEENE, Règlement (CE) N° 1254/2008 de la Commission du 15 décembre 2008 modifiant le règlement (CE) n° 889/2008 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles, publié au *Journal Officiel de l'Union Européenne* [L 337] du 16.12.2008.

CONSEIL EUROPEEN, Règlement (CEE) n° 2092/91 du Conseil du 24 juin 1991, concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires, publié au *Journal Officiel de l'Union Européenne* [L 198] du 22.07.1991.

CONSEIL EUROPEEN, Règlement (CE) N° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le règlement (CEE) n° 2092/91, publié au *Journal Officiel de l'Union Européenne* [L 189] du 20.07.2007.

CONSEIL EUROPEEN, Règlement (CE) N° 967/2008 du Conseil du 29 septembre 2008 modifiant le règlement (CE) n° 834/2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, publié au *Journal Officiel de l'Union Européenne* [L 264] du 03.10.2008.

REGION DE BRUXELLES-CAPITALE, *Arrêté de la Région de Bruxelles-Capitale du 3 décembre 2009 [C – 2009/31628] concernant le mode de production et l'étiquetage des produits biologiques, publié au Moniteur Belge du 06.01.2010.*

REGION FLAMANDE, *Besluit van de Vlaamse Regering van 12 december 2008 [C – 2009/35162] betreffende de biologische productie en de etikettering van biologische producten, publié au Moniteur Belge du 20.02.2009.*

REGION WALLONE, Arrêté du Gouvernement wallon du 11 février 2010 [C – 2010/27051] concernant le mode de production et l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant l'arrêté du Gouvernement wallon du 28 février 2008, publié au *Moniteur Belge* du 15.04.2010.

PRINCIPAUX SITES INTERNET CONSULTÉS

Association Internationale Trappiste : <http://www.trappist.be/fr/pages/1%27association-internationale-trappiste>, consulté le 03-12-13.

Beer.be, « Journée de la bière et des femmes », En ligne : <http://beer.be/journee-biere-et-femmes-ce-25-janvier-2014/>, consulté le 15-05-14.

BERNARD, Jean, « Le bio à l'honneur chez Dupont ». Dans *La Dernière Heure*. 20 avril 2011, En ligne : http://www.dhnet.be/dhjournal/archives_det.phtml?id=1142689. Dernière consultation le 11-11-11.

Brasserie de Brunchaut : <http://brunchaut.com/fr/>

Brasserie des Carrières : <http://www.brasserieDESCARRIERES.be/>

Brasserie De Plukker : <http://www.plukker.be/nl/home/>

Brasserie Dupont : <http://www.brasserie-dupont.com/dupont/Default.aspx?Page=Home>

Brasserie Jessenhofke : http://www.jessenhofke.be/fr/22_brouwerij.html, consulté le 15.05.14.

Brasserie des Légendes : <http://www.brasserie-ellezelloise.be/>

Brasserie coopérative de la Lesse : <http://www.brasserieDELALESSE.be/>

Brasserie Van Steenberge : <http://vansteenberge.com/fr/celis-white>, consulté le 03-12-13.

BRASSEURS BELGES (Confédération des) : <http://www.belgianbrewers.be/fr/>.

BREWERS ASSOCIATION, « Brewers Association Reports Continued growth for U.S. craft brewers », Boulder, CO : Brewers Association, 19 juin 2013. En ligne : <http://www.brewersassociation.org/pages/media/press-releases/show?title=brewers-association-reports-continued-growth-for-u-s-craft-brewers>, consulté le 06-12-13.

Culture Houblon, « Le point sur le Reinheitsgebot », Mai 2011, En ligne : <http://culturehoublon.gueydan.eu/fr/article/point-sur-reinheitsgebot>, consulté le 01-08-13.

EUROMONITOR INTERNATIONAL, « Beer in Belgium. Country report », octobre 2013. En ligne : <http://www.euromonitor.com/beer-in-belgium/report>, consulté le 05-12-13.

German Beer Institute, « Gruitbier ». En ligne : <http://www.germanbeerinstitute.com/Gruitbier.html>, consulté le 27-07-2013.

GONZE, Nathan, « Succès des bières bio », Dans *La Dernière Heure*. 22 juillet 2009, En ligne : <http://brouette-de-bieres.com/bieres-biologiques>. Dernière consultation le 11-11-11.

Groupe AB InBeV : http://www.ab-inbev.be/fr_BE/leffe.html, consulté le 05-12-13.

Groupe ALKEN-MAES, « Notre Entreprise ». En ligne : <http://www.alken-maes.be/fr#/fr/notre-entreprise>, consulté le 05-12-13.

Groupe Duvel-Moortgat, « Stratégie », 2013. En ligne : <http://www.duvelmoortgat.be/index.php?id=fr-strate3a9gie>, consulté le 05-12-13.

Happybeertime : <http://www.happybeertime.com/blog/2013/06/08/les-belges-et-la-biere-en-chiffres/>, consulté le 08-10-14

Inconnu, « Des produits encore trop cher », dans *La Dernière Heure*, 15 juin 2001. En ligne : http://www.dhnet.be/dhjournal/archives_det.phtml?id=36363. Dernière consultation le 11-11-11.

Inconnu, « La bière bio est lancée ». dans *La Dernière Heure*. 7 août 2008. En ligne. http://www.dhnet.be/dhjournal/archives_det.phtml?id=844307. Dernière consultation le 11-11-11.

Inconnu. « La Quintine blanche Bio entre dans la légende... ». dans *La Dernière Heure*. 26 mai 2010. http://www.dhnet.be/dhjournal/archives_det.phtml?id=1050552. En ligne. Dernière consultation le 11-11-11.

LEBRUN Cooling Industry (site officiel de l'entreprise). En ligne : <http://www.lebrun-nimy.be/fr/>, consulté le 22-08-2013.

« *L'avenir.net* », « Bières : les spéciales prennent le large », 13 juin 2013. En ligne : http://www.lavenir.net/article/detail.aspx?articleid=DMF20130613_00323285, consulté le 06-12-13.

« *La Libre.be* », Heineken s'empare d'Alken-Maës, 25/01/2008. En ligne : <http://www.lalibre.be/economie/actualite/heineken-s-empare-d-alken-maes-51b89806e4b0de6db9b16b75>, consulté le 05-05-14.

« *Le Monde.fr* », « La bière belge, ambassadrice du plat pays », 12-06-2013. En ligne : http://www.lemonde.fr/style/article/2013/06/12/la-biere-belge-ambassadrice-mondiale-du-plat-pays_3428569_1575563.html, consulté le 03-12-13.

« *Le Soir.be* », <http://www.lesoir.be/535112/article/debats/cartes-blanches/2014-05-03/cris-d-alar-me-des-brasseurs-belges-artisanaux>, consulté le 05-05-14.

Malterie du Château : <http://www.castlemalting.com/Default.asp?Language=French>

OFFICE BELGE DU TOURISME WALLONIE - BRUXELLES, « Histoire de la bière », non daté. En ligne : http://www.belgique-tourisme.fr/contenus/histoire_de_la_biere/fr/602100.html, consulté le 06-12-13.

Paulaner (site officiel de la brasserie), « Qu'est-ce qui caractérise une Paulaner ? », En ligne : <http://www.paulaner.fr/notre-marque/voila-comment-est-brassee-la-biere-paulaner>, consulté le 31-07-13.

Ratebeer : <http://www.ratebeer.com/beer/top-50/>, consulté le 03-12-13.

THE BELGIAN BEER ROUTES : <http://www.belgianbeerroutes.com/fr/pour-le-professionnel/>, consulté le 05-05-14.

Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Accueil_principal.

World Beer Awards : <http://www.worldbeerawards.com/>, consulté le 03-12-13.

ANNEXES

Annexe I : Liste des entretiens effectués

Nom du contact Entreprise	Nom du contact	Activité / Statut occupé	Localisation	Date de rencontre
BRASSERIES				
Brasserie de Brunehaut	Marc-Antoine DE MEES	Gérant, (marié à une agricultrice)	Rongy, (Hainaut)	11-04-2013
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Autoproduction partielle d'orge brassicole (biologique depuis 2013) • Production mixte conventionnelle / biologique • Gamme de bières biologiques et sans gluten à la fois • Brasserie recommandée par B. Godden (→ Jean-Marie Velghe) • Renommée 				
Brasserie Dupont	Marc DEKEYSER	Directeur technique	Tourpes, (Hainaut)	05-04-2013
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Première brasserie biologique en Belgique en termes de date d'entrée sur le marché bio et de volume produit • Production mixte conventionnelle / biologique • Brasserie ancienne et renommée • Gamme élargie en bio 				
Brasserie des Légendes	Pierre DELCOIGNE	Gérant, Maître Brasseur, Agriculteur	Irchonwelz (Hainaut)	20-03-2013
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Autoproduction d'orge brassicole (conventionnelle, raisonné) pour la brasserie • Activités polyvalentes : brasserie / production agricole • Production mixte conventionnelle / biologique • Produit une seule bière biologique et n'a pas l'intention d'étendre sa gamme 				
Brasserie Coopérative de la Lesse	Norbert BUISSSE ; (Jean-Pierre DELOYER ; Pierre MEIRLAEN)	Administrateur délégué (cogérant)	Eprave, (Pr. de Namur)	08-04-2013
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Brasserie récemment créée (2010) • Statut : SCRL FS (Coopérative - Finalité Sociale) • Valeurs : échelle locale, travaille essentiellement avec des matières premières bios mais production finale non certifiée : cas intéressant. • « La Cambrée » : primée au concours « Best beer of Wallonia » 2012 				
The Hopfarm Brewery	Joris CAMBIE	Agriculteur biologique, Cogérant, Brasseur	Poperinge (Flandre Occidentale)	16-05-2013

<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Microbrasserie récemment créée (2012) • Si (la seule en Belgique) • Utilise sa propre production de houblon • Production 100% biologique • Opportunité de rencontrer un producteur agricole cogérant de brasserie 				
Microbrasserie des Carrières	Julien SLABBINCK	Cogérant	Basècles (Hainaut)	29-05-13
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Microbrasserie (conventionnelle, raisonnée) récemment créée (2012) • Activités polyvalentes : brasserie / malterie 				
MALTERIE				
Malterie du Château	Julien SLABBINCK	Directeur de production	Beloil (Hainaut)	29-05-13
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • L'une des deux malteries du pays qui malte de l'orge biologique • Production mixte conventionnelle / biologique • Fournit de nombreuses brasseries artisanales belges (et étrangères) en malt + tous consommables pour brasseries (houblons, épices, ...) 				
PRODUCTEURS AGRICOLES				
	Joris CAMBIE	Agriculteur biologique	Poperinge (Flandre Occidentale)	16-05-2013
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Seule exploitation houblonnière biologique en Belgique 				
	Jean-Marie VELGHE	Agriculteur, à la tête d'une entreprise agricole	Bagnies, (Hainaut)	11-04-2013
<u>Caractéristiques / Intérêt :</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • travaille pour la ferme de la brasserie Brunehaut via son entreprise agricole 				
CONTACTS INSTITUTIONNELS				
BioForum Wallonie (ASBL)	Ariane BEAUDELLOT ; Bénédicte HENROTTE	Chargées de mission	Namur (Pr. de Namur)	14-01-2013
Promotion de l'Orge de Brasserie (ASBL)	Jacques DE MONTPELLIER	Président		19-06-2013 (entretien téléphonique)
Service Public de Wallonie (SPW) – Direction de la Qualité	Jean-Marc CHEVAL ; Damien WINANDY	Cellule circuits courts, certif. houblon, etc.; Directeur de la Dir. Qualité	Namur (Pr. de Namur)	12-08-2013

Annexe II : Grille d'entretien « brasseries / brasseurs »

• Questions sur la brasserie

- Quand et comment votre brasserie a-t-elle été créée [présentation de la brasserie et historique en quelques mots]?
- Y a-t-il des spécificités, des particularités propres à cette brasserie ?
- Quel est le statut légal de la brasserie et qu'est-ce que cela implique ?
- Comment qualifieriez-vous la brasserie : pico/micro/... ; artisanale, fermière, familiale, biologique, ... ?
- Combien de personnes travaillent à la brasserie ?
- Volumes produits pour l'instant ? Volumes escomptés ? Capacité totale de production ? Part de la production bio dans la production totale ?
- Accomplissez-vous toutes les étapes du processus de production à la brasserie ou avez vous recours à des partenaires, à de la sous-traitance ? (ex : pour l'embouteillage ; ...)
- Avec qui travaillez-vous en amont de la brasserie ? [partenaires agricoles, malteries, ... ?]
- Vos ambitions pour l'avenir de la brasserie ?
- Déjà des projets en place ?
- Des partenaires ou des soutiens (ex : institutionnels) pour vous accompagner dans ces projets ?
- Données chiffrées sur la brasserie ? (chiffre d'affaire ; part du chiffre d'affaire issue de la production bio ; coût d'achat des matières premières bio/conventionnelles ; coût de revient du produit fini et marges bénéficiaires suivant le mode de production ; ...)

• Questions sur l'environnement, la production, la certification et les motivations du choix du bio

« Concernant l'environnement au sens large et les pratiques écologiques... » :

- En tant que brasseur, vous sentez-vous particulièrement concerné par les problématiques environnementales ?
- Vous êtes vous fixé des objectifs environnementaux à atteindre ou un « code de bonnes pratiques » à respecter ?
- (Lesquels / lesquelles ?)
- Avez-vous des initiatives environnementales/écologiques à la brasserie même, concernant par exemple :
 - la production d'énergie et/ou de matières premières (ex : autoproduction, ...)
 - la récupération ou l'économie d'énergie et/ou matières premières (Gaz, Electricité / Eau, résidus de produits agricoles...)
 - la valorisation matière ou énergétique des déchets de production (drèches, ...)
 - le recyclage ou le réemploi de matériaux... ?
 - le transport

➤ autres... ?

« Concernant l'origine agricole et le choix des matières premières [provenance & mode de prod]... » :

- Connaissez-vous des producteurs locaux ou nationaux d'orge brassicole biologique et de houblon bio ?
- Si oui, Travaillez-vous avec eux ?
- Qui sont vos partenaires professionnels (agricoles, malteries... ; en bio/ en conventionnel) et combien de personnes (« équivalent-travailleur ») cela représente t-il environ ?
- [Où vous fournissez vous en matières premières agricoles conventionnelles / biologiques– orge, houblon, ... – (directement aux producteurs / en malterie / ...) ?]
- Entretenez-vous des relations directes avec vos fournisseurs de matières premières agricoles conventionnelles / biologiques, ou est-ce la malterie qui tient place de lieu d'échange ?
- Si oui – relations directes avec producteurs –, êtes vous à l'origine ou avez-vous une influence directe sur le choix des producteurs de produire telle ou telle matière première conventionnelle / biologique ? [en d'autres termes, produisent-ils spécialement pour vous, à votre demande ou vous accommodez-vous après coup de l'offre ?]
- Cela vous semble t-il important d'avoir un regard sur ce qui se passe en amont de la brasserie (malterie / production agr.) ?
- « Circuit court », ça vous parle ?
- Avez-vous recours à des produits d'importation ?
- Si oui, de quelle(s) origine(s) et pour quelle part du total ?
- Dans quels cas et dans quelles mesures peut-on parler de « terroir » ou « d'expression d'un terroir » pour la bière, sachant qu'un certain nombre sont produites à partir de matières premières importées¹⁷⁵

[Relance : *Il semblerait qu'il y ait en Belgique davantage de brasseurs bio que de producteurs agricoles à même de tous les fournir et que beaucoup de brasseurs utilisent des matières premières importées (de France pour l'orge, d'Allemagne pour le houblon) tandis que les producteurs agricoles nationaux exportent pour partie leur production...]*

- [H. Louppe] En matière d'approvisionnement en matières premières agricoles, pourriez-vous distinguer ce qui relève des problèmes structurels de la filière brassicole belge en général, des problèmes liés à la filière biologique en particulier ?
- Y a-t-il selon vous, des difficultés pour les malteurs et les brasseurs belges à se fournir localement en quantité et en qualité en matières premières agricoles biologiques ?
- Pour quelles raisons ?
- Comment, d'après vous, pourrait-on renforcer la complémentarité entre producteurs agricoles (Offre) et brasseurs locaux (Demande) sur le marché belge ?
- Quel rôle les brasseurs ont-ils à jouer là dedans ?

¹⁷⁵ Question perso posée à partir de : **PERRIER-ROBERT, Annie, Charles FONTAINE. 1996. *La Belgique par la bière, la bière par la Belgique*. Schortgen.**

- Qui d'autre(s) et quel(s) rôle(s) ?
- Le bio peut-il être un atout pour cela ?
- Plus concrètement, qu'évoque pour vous l'agriculture biologique et qu'implique en pratique cette démarche ?

« Concernant la production en elle-même et la labellisation de celle-ci... » :

- Le fait d'utiliser des matières premières biologiques induit-il des différences dans la pratique du brassage / dans le processus de production / dans les propriétés du produit fini ?
- (Si oui, lesquelles ?)
- Les contraintes rencontrées en matière de production bio sont-elles différentes qu'en matière de production conventionnelle ?
- Au total, de façon exhaustive, quels [[ingrédients / produits / matériel]] utilisez-vous pour la production bio en elle-même et pour l'entretien de l'équipement qui sert à réaliser cette production [Préciser les différences avec mode de production traditionnel] ?
- Parmi eux, lesquels font l'objet d'une certification officielle ?
- Que représente approximativement tout cela en quantités / volumes ?
- En termes d'installations et de matériel, comment se passe la « cohabitation » entre productions bio et conventionnelle ?
- Le fait que votre production fasse l'objet d'un label officiel est-il important pour vous ?
- Autrement dit, Pensez-vous que cela puisse être avantageux d'obtenir un label biologique officiel ? A quel(s) niveau(x) ?
- Pensez-vous que cela soit contraignant d'obtenir et de conserver un label biologique officiel ? A quel(s) niveau(x) ?
- Dans votre cas, qui de l'avantage ou de la contrainte l'emporte finalement sur l'autre ? Pourquoi ?
- (Est-ce une donnée / un choix réversible ?)
- A combien la certification revient-elle financièrement ? Cela vous semble t-il juste / justifié ?
- Avez-vous pour projet de développer davantage votre production certifiée biologique ?
- Quels sont les débouchés pour vos productions biologiques et conventionnelles ?
- Exportez vous une partie de votre production conventionnelle / biologique, et si oui vers quelle(s) destination(s) et pour quelle part du total ?

- **Questions sur l'expérience personnelle et les représentations individuelles**

« Concernant ce qui motive le choix d'une production biologique... »:

- Finalement, qu'est –ce qui différencie une bière bio d'aujourd'hui, d'une bière produite fin XIXe – début XXe ?¹⁷⁶
- Pourquoi produisez-vous aujourd'hui de la bière biologique ? D'où vient votre motivation personnelle ?
- Pensez-vous, que ce soit ces mêmes raisons qui en définitive génèrent l'attrait croissant de PME brassicoles pour la production brassicole biologique ?
- Qu'est-ce que cela vous apporte à titre personnel (et/ou collectif) de produire de la bière bio ?
- Avez-vous d'autres expériences dans la production brassicole biologique ou conventionnelle ?
- De manière générale, que reprocheriez-vous au mode de production traditionnel (/conventionnel) qui vaudrait / qui vaille d'en changer ?
- (En cas de production partagée entre bio et conv.) De quelle manière préférez-vous travailler et que retirez-vous de chacune des façons de faire ?
- (En cas de production exclusivement bio,) Produire entièrement bio a-t-il changé la perception que vous avez du métier que vous exercez – voire de vous-même ? Comment ?
- Pensez-vous que la bière biologique puisse être meilleure pour la santé et l'alimentation que la bière traditionnelle ?
- Pourquoi ?
- Pensez-vous que la bière biologique soit plus « environmentally friendly » que la traditionnelle ?
- Pourquoi ?
- [D'après vous, « *Quels sont les facteurs qui concourent au développement de la production brassicole biologique belge ?* »¹⁷⁷]
- Pourriez vous classer ces propositions par ordre d'importance :
« Selon moi, si le secteur brassicole biologique se développe, c'est avant tout pour des raisons... »
 - Environnementales (sensibilité écologique, ...)
 - Alimentaires et sanitaires (meilleur pour la santé, ...)
 - Logistiques (commodité, ...)
 - Economiques et commerciales (demande en hausse des consommateurs ; marché à saisir, ...)
 - Techniques (pratique du métier, ...)
 - Politiques / philosophiques (idéologie ; contexte général actuel, ...)
 - Personnelles
 - autres (préciser...)
- *Quels sont [d'après vous] les principaux enjeux et potentiels de développement du secteur (agricole /) brassicole bio ?*¹⁷⁸
- [A l'avenir, jusqu'où le secteur peut-il continuer son expansion, et] à quelles conditions ?
- Pensez-vous qu'à terme le bio puisse réellement représenter pour la filière brassicole une alternative totale et viable au conventionnel ?

¹⁷⁶ Question perso posée à partir de : PERRIER-ROBERT, Annie, Charles FONTAINE. 1996. *La Belgique par la bière, la bière par la Belgique*. Schortgen.

¹⁷⁷ Question de la problématique générale

¹⁷⁸ Question de la problématique générale

- Et pour d'autres filières / pour l'agriculture en général ?
 - **Données socio-professionnelles « pour mieux situer... »**
- âge et lieu de naissance
- formation et diplôme(s)
- parcours professionnel
- profession des parents
- revenus annuels bruts moyens (€)
Fourchette :
 - entre 0 et 12000
 - 12001 – 24000
 - 24001 – 36000
 - 36001 - 48000
 - + de 48000

Annexe III : Grille d'entretien « malterie / malteur »

• Questions sur la malterie

- Quand et comment votre malterie a-t-elle été créée [présentation de la malterie et historique en quelques mots]?
- Y a-t-il des spécificités, des particularités propres à cette malterie ?
- Quel est le statut légal de la malterie et qu'est-ce que cela implique ?
- Comment qualifieriez-vous la malterie : traditionnelle, artisanale/industrielle, familiale, biologique, ... ?
- Combien de personnes travaillent à la malterie ?
- Volumes produits pour l'instant ? Volumes escomptés ? Capacité totale de production ? Part de la production bio dans la production totale ?
- Concrètement, en quoi consiste l'activité d'une malterie ?
- Réalisez-vous toutes les opérations à la malterie ou avez vous recours à des partenaires tiers, à de la sous-traitance ?
- Hormis le maltage à proprement parler, quelles sont les activités annexes de la malterie ? [fourniture de services, vente de matières premières autres que maltées, ...]
- Avec qui travaillez-vous en amont et en aval de la malterie ? [partenaires agricoles, brasseries, ... ?]
- Quels types de clients avez-vous, (un « profil type ») ?
- Vos ambitions pour l'avenir de la malterie ?
- Déjà des projets en place ?
- Des partenaires ou des soutiens (ex : institutionnels) pour vous accompagner dans ces projets ?
- Données chiffrées sur la malterie ? (chiffre d'affaire ; part du chiffre d'affaire issue de la production bio ; coût d'achat des matières premières bio/conventionnelles ; prix de revente ; coût de revient du produit fini et marges bénéficiaires suivant le mode de production ; ...)

• Questions sur l'environnement, la production et la labellisation

« Concernant l'environnement au sens large et les pratiques écologiques... » :

- En tant que malteur, vous sentez-vous particulièrement concerné par les problématiques environnementales ?
- Vous êtes vous fixé des objectifs environnementaux à atteindre ou un « code de bonnes pratiques » à respecter ?
- (Lesquels / lesquelles ?)
- Avez-vous des initiatives environnementales/écologiques à la malterie même, concernant par exemple :

- la production d'énergie et/ou de matières premières (ex : autoproduction, ...)
- la récupération ou l'économie d'énergie et/ou matières premières (Gaz, Electricité / Eau, résidus de produits agricoles...);
- la valorisation matière ou énergétique des déchets de production (...);
- le recyclage ou le réemploi de matériaux... ?
- le transport
- autres... ?

« Concernant l'origine agricole et le choix des matières premières [provenance & mode de prod]... » :

- Connaissez-vous des producteurs locaux ou nationaux d'orge brassicole biologique et de houblon bio ?
- Si oui, Travaillez-vous avec eux ?
- Qui sont vos partenaires professionnels agricoles (en bio / en conventionnel) et combien de personnes (« équivalent-travailleur ») cela représente t-il environ ?
- [Où vous fournissez vous en matières premières agricoles conventionnelles / biologiques – orge, houblon, ... – (directement aux producteurs / en malterie / ...) ?]
- Entretenez-vous des relations directes et individuelles avec vos fournisseurs de matières premières agricoles conventionnelles / biologiques ?
- Si oui – relations directes avec producteurs –, êtes vous à l'origine ou avez-vous une influence directe sur le choix des producteurs de produire telle ou telle matière première conventionnelle / biologique ? [en d'autres termes, produisent-ils spécialement pour vous, à votre demande ou vous accommodez-vous après coup de l'offre ?]
- La malterie ne tient-elle pas place de lieu d'échange entre producteurs agricoles d'une part et brasseurs d'autre part ?
- Cela vous semble t-il important d'avoir un regard sur ce qui se passe en amont et en aval de la malterie ?
- « Circuit court », ça vous parle ?
- Avez-vous recours à des produits d'importation ?
- Si oui, de quelle(s) origine(s) et pour quelle part du total ?
- Dans quels cas et dans quelles mesures peut-on parler de « terroir » ou « d'expression d'un terroir » pour la bière, sachant qu'un certain nombre sont produites à partir de matières premières importées ?¹⁷⁹

[Relance : *Il semblerait qu'il y ait en Belgique davantage de brasseurs bio que de producteurs agricoles à même de tous les fournir et que beaucoup de brasseurs achètent aux malteries des matières premières importées (de France pour l'orge, d'Allemagne pour le houblon) tandis que les producteurs nationaux exportent pour partie leur production...]*

- [H. Louppe] En matière d'approvisionnement en matières premières agricoles, pourriez-vous distinguer ce qui relève des problèmes structurels de la filière brassicole belge en général, des problèmes liés à la filière biologique en particulier ?

¹⁷⁹ Question perso posée à partir de : **PERRIER-ROBERT, Annie, Charles FONTAINE. 1996. *La Belgique par la bière, la bière par la Belgique*. Schortgen.**

- Y a-t-il selon vous, des difficultés pour les brasseurs et les malteurs belges à se fournir localement en quantité et en qualité en matières premières agricoles biologiques ?
- Pour quelles raisons ?
- Comment, d'après vous, pourrait-on renforcer la complémentarité entre producteurs agricoles (Offre) et brasseurs locaux (Demande) sur le marché belge ?
- Quel rôle les malteries ont-elles à jouer là dedans ?
- Qui d'autre(s) et quel(s) rôle(s) ?
- Le bio peut-il être un atout pour cela ?
- Plus concrètement, qu'évoque pour vous l'agriculture biologique et qu'implique en pratique cette démarche ?

« Concernant la production en elle-même et la labellisation de celle-ci... » :

- Le fait d'utiliser des matières premières biologiques induit-il des différences dans la pratique du maltage / dans le processus de production du malt / dans les propriétés du produit fini ?
- (Si oui, lesquelles ?)
- Les contraintes rencontrées en matière de production bio sont-elles différentes qu'en matière de production conventionnelle ?
 - aspects techniques
 - aspects légaux / juridiques
 - aspects commerciaux
 - aspects économiques
 - aspects sociaux
 - aspects environnementaux
- Au total, de façon exhaustive, quels [[ingrédients / produits / matériel]] utilisez-vous pour la production, le stockage et l'entretien de l'équipement qui sert au maltage de céréales bios [Préciser les différences avec mode de production traditionnel] ?
- Parmi eux, lesquels font l'objet d'une certification officielle ?
- Que représente approximativement tout cela en quantités / volumes ?
- En termes d'installations et de matériel, comment se passe la « cohabitation » entre productions bio et conventionnelle ?
- Le fait que votre production fasse l'objet d'un label officiel est-il important pour vous ?
- Autrement dit, Pensez-vous que cela puisse être avantageux d'obtenir un label biologique officiel ? A quel(s) niveau(x) ?
- Pensez-vous que cela soit contraignant d'obtenir et de conserver un label biologique officiel ? A quel(s) niveau(x) ?
- Dans votre cas, qui de l'avantage ou de la contrainte l'emporte finalement sur l'autre ? Pourquoi ?
- (Est-ce une donnée / un choix réversible ?)
- A combien la certification revient-elle financièrement ? Cela vous semble t-il juste / justifié ?
- Avez-vous pour projet de développer davantage votre production certifiée biologique ?

- Quels sont les débouchés pour vos productions biologiques et conventionnelles ?
- Exportez vous une partie de votre production conventionnelle / biologique, et si oui vers quelle(s) destination(s) et pour quelle part du total ?

- **Questions sur l'expérience personnelle, les motivations et les représentations individuelles**

« *Concernant ce qui motive le choix d'une production biologique...* » :

- Finalement, qu'est-ce qui différencie une bière bio d'aujourd'hui, d'une bière produite fin XIXe – début XXe ?¹⁸⁰
- Pourquoi produisez-vous aujourd'hui du malt biologique ? D'où vient votre motivation personnelle ?
- Pensez-vous, que ce soit ces mêmes raisons qui en définitive génèrent l'attrait croissant de PME brassicoles pour la production brassicole biologique ?
- Qu'est-ce que cela vous apporte à titre personnel (et/ou collectif) de contribuer à produire de la bière bio ?
- Avez-vous d'autres expériences dans la malterie ou dans la production brassicole biologique ou conventionnelle ?
- De manière générale, que reprocheriez-vous au mode de production traditionnel (/conventionnel) qui vaudrait / qui vaille d'en changer ?
- (En cas de production partagée entre bio et conv.) De quelle manière préférez-vous travailler et que retirez-vous de chacune des façons de faire ?
- (En cas de production exclusivement bio,) Produire entièrement bio a-t-il changé la perception que vous avez du métier que vous exercez – voire de vous-même ? Comment ?
- Pensez-vous que la bière biologique puisse être meilleure pour la santé et l'alimentation que la bière traditionnelle ?
- Pourquoi ?
- Pensez-vous que la bière biologique soit plus « environmentally friendly » que la traditionnelle ?
- Pourquoi ?
- [D'après vous, « *Quels sont les facteurs qui concourent au développement de la production brassicole biologique belge ?* »¹⁸¹]
- Pourriez vous classer ces propositions par ordre d'importance :
« Selon moi, si le secteur brassicole biologique se développe, c'est avant tout pour des raisons... »
 - Environnementales (sensibilité écologique, ...)
 - Alimentaires et sanitaires (meilleur pour la santé, ...)
 - Logistiques (commodité, ...)
 - Economiques et commerciales (demande en hausse des consommateurs ; marché à saisir, ...)
 - Techniques (pratique du métier, ...)

¹⁸⁰ Question perso posée à partir de : PERRIER-ROBERT, Annie, Charles FONTAINE. 1996. *La Belgique par la bière, la bière par la Belgique*. Schortgen.

¹⁸¹ Question de la problématique générale

- Politiques / philosophiques (idéologie ; contexte général actuel, ...)
 - Personnelles
 - autres (préciser...)
- *Quels sont [d'après vous] les principaux enjeux et potentiels de développement du secteur (agricole /) brassicole bio ?¹⁸²*
 - [A l'avenir, jusqu'où le secteur peut-il continuer son expansion, et] à quelles conditions ?
 - Pensez-vous qu'à terme le bio puisse réellement représenter pour la filière brassicole une alternative totale et viable au conventionnel ?
 - Et pour d'autres filières / pour l'agriculture en général ?
- **Données socio-professionnelles « pour mieux situer... »**
 - âge et lieu de naissance
 - formation et diplôme(s)
 - parcours professionnel
 - profession des parents
 - revenus annuels bruts moyens (€)
Fourchette : entre 0 et 12000 / 12001 – 24000 / 24001 – 36000 / 36001 – 48000 / + de 48000

¹⁸² Question de la problématique générale

Annexe IV : Grille d'entretien « producteurs agricoles »

• Questions sur l'exploitation

- Quand et comment votre exploitation a-t-elle été créée [présentation de l'exploitation et historique en quelques mots]? Quelle taille fait-elle ?
- Y a-t-il des spécificités, des particularités propres à cette exploitation ?
- Quel est le statut légal de l'exploitation et qu'est-ce que cela implique ?
- Comment qualifieriez-vous votre exploitation / votre activité : traditionnelle, artisanale/industrielle, familiale, conventionnelle / biologique, ... ?
- Volumes produits pour l'instant ? Volumes escomptés ? Capacité totale de production ? Part de la production bio dans la production totale ? [valeurs absolues (totaux) et relatives (ex : à l'hectare)].
- Concrètement, en quoi consistent vos activités sur l'exploitation ?
- Combien de personnes vivent directement de l'exploitation ?
- Sont-ce ces mêmes personnes qui réalisent toutes les opérations nécessaires au fonctionnement de l'exploitation ou avez-vous recours à de la main d'œuvre agricole (à l'année ou saisonnière), à des partenaires tiers (coopératives, ...) ou à de la sous-traitance ?
- Hormis la production à finalité brassicole, avez-vous des activités connexes ou annexes (si oui lesquelles) ? [fourniture de services, entretien-réparation de matériel agricole, vente de matières premières, autres...]
- Avec qui travaillez-vous (en amont et) en aval de l'exploitation ? [(semenciers), autres partenaires agricoles, malteries, brasseries, meuneries ... ?]
- Quels types de clients achètent votre production à finalité brassicole (un « profil type ») ?
- Vos ambitions pour l'avenir de l'exploitation ?
- Déjà des projets en place ?
- Des partenaires ou des soutiens (ex : institutionnels) pour vous accompagner dans ces projets ?
- Données chiffrées sur l'exploitation ? (chiffre d'affaire ; part du chiffre d'affaire issue de la production bio ; coût d'achat des matières premières bio/conventionnelles (semences, ...) ; coût de revient et prix de vente de la production ; marges bénéficiaires suivant le mode de production ; ...)

• Questions sur l'environnement, la production et la labellisation

« Concernant l'environnement au sens large et les pratiques écologiques... » :

- En tant qu'agriculteur, vous sentez-vous particulièrement concerné par les problématiques environnementales ?
- Vous êtes-vous fixé des objectifs environnementaux à atteindre ou un « code de bonnes pratiques » à respecter ?
- (Lesquels / lesquelles ?)

- Avez-vous des initiatives environnementales/écologiques pour l'exploitation, concernant par exemple :
 - la production d'énergie et/ou de matières premières (ex : autoproduction, ...)
 - la récupération ou l'économie d'énergie et/ou matières premières (Carburant, Gaz, Electricité / Eau, résidus de produits agricoles...);
 - la valorisation matière ou énergétique des déchets de production (compost, alimentation bétail, ...);
 - le recyclage ou le réemploi de matériaux... ?
 - le transport, l'emploi de machines
 - autres... ?

« Concernant l'origine agricole, le choix des matières premières [provenance & mode de prod] et les débouchés... » :

- Qui sont vos partenaires professionnels directs (malteries, brasseries) concernant votre production brassicole conventionnelle / biologique et combien de personnes (« équivalent-travailleur ») cela représente-t-il environ ?
- Entretenez-vous des relations directes et individuelles avec vos acheteurs de matières premières brassicoles conventionnelles / biologiques, notamment les brasseurs belges ?
- Si oui – relations directes avec acheteurs –, êtes-vous à l'origine ou avez-vous une influence directe sur le choix des acheteurs d'acheter telle ou telle matière première conventionnelle / biologique ?
[en d'autres termes, produisez-vous à leur demande et spécialement pour l'un ou l'autre, ou s'accommodent-ils après coup de l'offre disponible ?]
- Les malteries ne tiennent-elles pas place de lieux d'échange entre producteurs agricoles d'une part et brasseurs d'autre part ?
- Cela vous semble-t-il important d'avoir un regard sur ce qui se passe en aval de l'exploitation (... sur ce que devient votre production) ?
- « Circuit court », ça vous parle ?
- Connaissez-vous d'autres producteurs locaux ou nationaux d'orge brassicole biologique / de houblon bio ?
- Avez-vous des relations avec eux ?

[Relance : *Il semblerait qu'il y ait en Belgique davantage de brasseurs bio que de producteurs agricoles à même de tous les fournir et que beaucoup de brasseurs achètent aux malteries des matières premières importées (de France pour l'orge, d'Allemagne pour le houblon) tandis que les producteurs nationaux exportent pour partie leur production...]*

- Y a-t-il, selon vous, des difficultés pour les producteurs belges de matières premières brassicoles conventionnelles / biologiques, à fournir localement en quantité et en qualité les malteries et brasseries du pays ? [selon réponse, même question pour production conventionnelle]
- Pour quelles raisons ?
- [# H. Louppe] En matière de production de matières premières agricoles, pourriez-vous distinguer ce qui relève des problèmes structurels de la production à finalité brassicole en général, des problèmes liés à la filière biologique en particulier ?
- [# H. Louppe] Avez-vous un « contrat type » ou un contrat spécifique qui vous lie à un négociant (courtier en céréales...) ou aux malteries, pour vous prévenir face aux risques liés à la production conventionnelle / biologique (aléas climatiques, déclassement de la production...)

- [*# H. Louppe*] En cas de déclassement de votre production conventionnelle / biologique, qu'advient-t-il de votre production ?
- Y a-t-il une indemnisation prévue et si oui, de combien et qui la paye ?
- Avez-vous recours à l'export pour vendre votre production conventionnelle / biologique ?
- Si oui, vers quelle(s) destination(s) et pour quelle(s) part(s) du total ?
- Comment, d'après vous, pourrait-on renforcer la complémentarité entre producteurs agricoles (Offre) et brasseurs locaux (Demande) via les malteries sur le marché belge ?
- Quel rôle les producteurs agricoles ont-ils à jouer là dedans ?
- Qui d'autre(s) et quel(s) rôle(s) ?
- Le bio peut-il être un atout pour cela ?
- Plus concrètement, qu'évoque pour vous l'agriculture biologique et qu'implique en pratique cette démarche ?

« Concernant la production en elle-même et la labellisation de celle-ci... » :

- Le fait de produire des matières premières biologiques induit-il des différences dans la pratique du métier / dans le processus de production / dans les propriétés des produits ?
- (Si oui, lesquelles ?)
- *Les contraintes rencontrées en matière de production bio sont-elles différentes qu'en matière de production conventionnelle ?*
 - *aspects techniques*
 - *aspects légaux / juridiques*
 - *aspects commerciaux*
 - *aspects économiques*
 - *aspects sociaux*
 - *aspects environnementaux*
- Au total, de façon exhaustive, quels [[ingrédients / produits / matériel]] utilisez-vous pour la production, le stockage et l'entretien de l'équipement qui sert à la production bio [Préciser les différences avec mode de production conventionnel] ?
- Parmi eux, lesquels font l'objet d'une certification officielle ?
- Que représente approximativement tout cela en quantités / volumes ?
- En termes d'installations et de matériel, comment se passe la « cohabitation » entre productions bio et conventionnelle ?
- Le fait que votre production biologique fasse l'objet d'un label officiel est-il important pour vous ?
- Autrement dit, Pensez-vous que cela puisse être avantageux d'obtenir un label biologique officiel ? A quel(s) niveau(x) ?
- Pensez-vous que cela soit contraignant d'obtenir et de conserver un label biologique officiel ? A quel(s) niveau(x) ?
- Dans votre cas, qui de l'avantage ou de la contrainte l'emporte finalement sur l'autre ? Pourquoi ?

- (Est-ce une donnée / un choix réversible ?)
- A combien la certification revient-elle financièrement ? Cela vous semble t-il juste / justifié ?
- Avez-vous pour projet de développer davantage votre production certifiée biologique ?
- **Questions sur l'expérience personnelle, les motivations et les représentations individuelles**

« *Concernant ce qui motive le choix d'une production biologique...* » :

- Qu'est-ce qui différencie la production bio d'aujourd'hui, de la production fin XIXe – début XXe ?
- Pourquoi produisez-vous aujourd'hui de façon biologique ? D'où vient votre motivation personnelle ?
- Pensez-vous, que ce soit ces mêmes raisons qui en définitive génèrent l'attrait croissant de certains producteurs pour la production biologique (... à finalité brassicole) ?
- Qu'est-ce que cela vous apporte à titre personnel (et/ou collectif) de contribuer à produire de la bière bio ?
- Avez-vous d'autres expériences de la production biologique, conventionnelle ou suivant d'autres formes d'agriculture ?
- De manière générale, que reprocheriez-vous au mode de production conventionnel qui vaudrait / qui vaille d'en changer ?
- (En cas de conversion partielle,) De quelle manière préférez-vous travailler et que retirez-vous de chacune des façons de faire ?
- (En cas de conversion totale,) Produire entièrement bio a-t-il changé la perception que vous avez du métier que vous exercez – voire de vous-même ? Comment ?
- Pensez-vous que les produits biologiques (et notamment la bière) puissent être meilleurs pour la santé et l'alimentation que les produits issus de l'agriculture conventionnelle ?
- Pensez-vous que les produits biologiques (et notamment la bière) soient plus « environmentally friendly » que les produits issus de l'agriculture conventionnelle ?
- Pourquoi ?
- [D'après vous, « *Quels sont les facteurs qui concourent au développement de la production (brassicole) biologique belge ?*¹⁸³]
- Pourriez vous classer ces propositions par ordre d'importance :
« Selon moi, si la filière (brassicole) biologique se développe, c'est avant tout pour des raisons... »
 - Environnementales (sensibilité écologique, ...)
 - Alimentaires et sanitaires (meilleur pour la santé, ...)
 - Logistiques (commodité, ...)
 - Economiques et commerciales (demande en hausse des consommateurs ; marché à saisir, ...)
 - Techniques (pratique du métier, ...)
 - Politiques / philosophiques (idéologie ; contexte général actuel, ...)

¹⁸³ Question de la problématique générale

- Personnelles
 - autres (préciser...)
- *Quels sont [d'après vous] les principaux enjeux et potentiels de développement du secteur agricole (/ brassicole) bio ?¹⁸⁴*
 - [A l'avenir, jusqu'où le secteur bio peut-il continuer son expansion, et] à quelles conditions ?
 - Pensez-vous qu'à terme le bio puisse réellement représenter pour l'agriculture une alternative totale et viable au conventionnel ?
 - Et pour la filière brassicole en particulier ?
- **Données socio-professionnelles « pour mieux situer... »**
 - âge et lieu de naissance
 - formation et diplôme(s)
 - parcours professionnel
 - profession des parents
 - revenus annuels bruts moyens (€)
Fourchette : entre 0 et 12000 / 12001 – 24000 / 24001 – 36000 / 36001 – 48000 / + de 48000

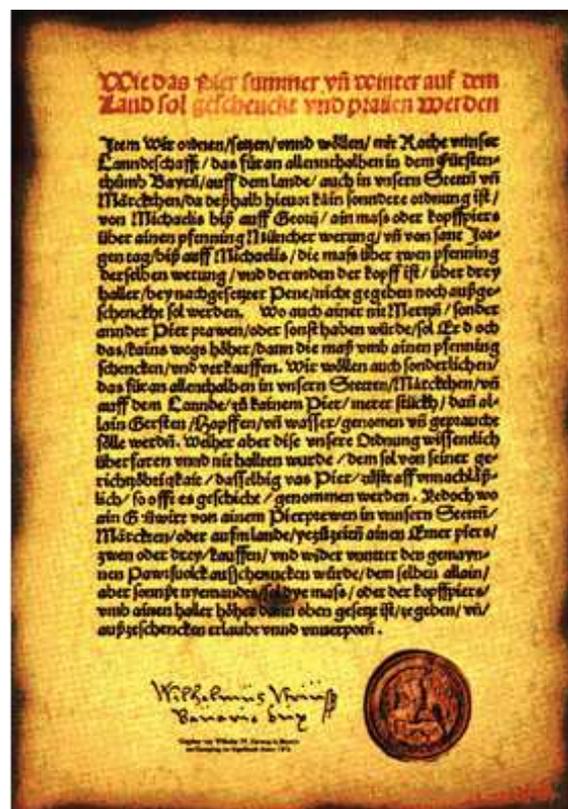
¹⁸⁴ Question de la problématique générale

Annexe V : Le Reinheitsgebot de 1516

Texte original en allemand ancien :

Wie das Bier Summer und Winter auf dem Land sol geschenkt und prauen werden

Item wir ordnen, setzen und wollen mit Rathe unnser Lanndtschaft das füran allenthalben in dem Fürstenthumb Bayern auff dem Lande auch in unsern Stettn vie Märckthen da desáhalb hievor kain sonndere ordnung gilt von Michaelis bis auff Georij ain mass über ainen pfennig münchen werung un von Sant Jorgentag biß auff Michaelis die mass über zwen pfennig derselben werung und derenden der kopff ist über drey haller bey nachgefertter Pene nicht gegeben noch außgeschenckht sol werden. Wo auch ainer nit Merrzn sonder annder pier prauen oder sonst haben würde sol erd och das kains weg háber dann die maß umb ainen pfennig schenken und verkauffen. Wir wollen auch sonderlichben dass füran allenthalben in unsern stetten märckthen un auf dem lannde zu kainem pier merer stüchb dan allain gersten, hopfen un wasser genommen un gebraucht solle werd. Welcher aber dise unsere Ordnung wissendlich überfaren unnd nie hallten wurde den sol von seiner gerichtsobrigkait dasselbig vas pier zustraff unnachlässlich so offft es geschieht genommen werden. jedoch wo ain brüwirt von ainem ainem pierprewen in unsern stettn märckten oder aufm lande jezuzeutn ainen Emer piers zwen oder drey kauffen und wider unnter den gemaynen pawrfuolck ausschenken würde dem selben allain aber sonstnyemandes soldyemaßs oder der kopffiers umb ainen haller háber dann oben gesetzt ist zugeben un ausschenken erlaube unnd unuerpotn.



Source texte et image : <http://culturehoulon.gueydan.eu/fr/article/point-sur-reinheitsgebot> (consulté le 1er aout 2013)

Traduction en anglais :

How the beer must be brewed and served in summer and winter in our land

"We hereby proclaim and decree, by Authority of our Province, that henceforth in the Duchy of Bavaria, in the country as well as in the cities and marketplaces, the following rules apply to the sale of beer: From Michaelmas to Georgi, the price for

one Mass [Bavarian Liter 1,069] or one Kopf [bowl-shaped container for fluids, not quite one Mass], is not to exceed one Pfennig Munich value, and From Georgi to Michaelmas, the Mass shall not be sold for more than two Pfennig of the same value, the Kopf not more than three Heller [Heller usually one-half Pfennig]. If this not be adhered to, the punishment stated below shall be administered. Should any person brew, or otherwise have, other beer than March beer, it is not to be sold any higher than one Pfennig per Mass.

Furthermore, we wish to emphasize that in future in all cities, markets and in the country, the only ingredients used for the brewing of beer must be Barley, Hops and Water. Whosoever knowingly disregards or transgresses upon this ordinance, shall be punished by the Court authorities' confiscating such barrels of beer, without fail.

Should, however, an innkeeper in the country, city or markets buy two or three pails of beer (containing 60 Mass) and sell it again to the common peasantry, he alone shall be permitted to charge one Heller more for the Mass of the Kopf, than mentioned above. Furthermore, should there arise a scarcity and subsequent price increase of the barley (also considering that the times of harvest differ, due to location), WE, the Bavarian Duchy, shall have the right to order curtailments for the good of all concerned."

Source texte : Eden, Kart J., 1993, « History of German Brewing », *Zymurgy Magazine*, Vol.16, N°4.

Annexe VII : « *Projet d'expansion de la mise en marché de l'orge de brasserie biologique* » (présenté lors de la *Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie* – 7 décembre 2010)

Projet d'expansion de la mise en marché de l'orge de brasserie biologique

Alain Valois, président
Bio Malt Mauricie

projet réalisé grâce à la participation financière de et au soutien technique du

Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie – 7 décembre 2010

Projet d'expansion de la mise en marché de l'orge de brasserie biologique

Bio Malt Mauricie

Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie – 7 décembre 2010

Bio Malt Mauricie

C'est qui ?
Association composée de 11 producteurs, 1 détaillant de semences et 1 malterie

Pourquoi ?
Promouvoir l'utilisation du malt fait à partir d'orge biologique produit au Québec

Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie – 7 décembre 2010

De l'idée au projet

1^{er} défi
Convaincre des producteurs de semer de l'orge brassicole en régie biologique

2^{ème} défi
Trouver une structure pour porter le projet

3^{ème} défi
Chercher du financement

Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie – 7 décembre 2010

Démarche auprès des microbrasseries...

... de la région
7 microbrasseries en Mauricie développer une image régionale

... qui utilisent déjà du bio
Québec, Ontario, Vermont

... avec une approche qualité
Vendre la qualité du produit et non son prix

Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie – 7 décembre 2010

Un projet novateur

Projet collectif
Différents maillons mais un même objectif

Stratégie particulière
Stratégie de "Push" et "Pull"

Fort potentiel de développement
Confiance dans l'évolution du projet pour 2011

Journée Grandes cultures biologiques de la Montérégie – 7 décembre 2010

Résultats

15 microbrasseries rencontrées

Au Québec, en Ontario et au Vermont

8 ont essayé le Bio Malt Mauricie

3 bières saisonnières développées

2 utilisent du malt bio comme malt de base

A la fût (St-Tite) et les Frères Houblon (Trois-Rivières)

Source: Grande coalition biologique de la Mauricie - 7 décembre 2010

Freins et accélérateurs

Freins

Crainte des brasseurs vis-à-vis d'un malt bio

Coût du malt biologique

Accélérateurs

Partage d'un intérêt commun

Excellente communication au sein de l'association

Support financier du MAPAQ

Source: Grande coalition biologique de la Mauricie - 7 décembre 2010

Annexe VIII : Inventaire des bières biologiques belges

NOM DE PROVINCE		
Nom de la Brasserie / de la marque	Info complémentaire, remarque(s)	
<i>Nom du produit</i>	Type de produit	Organisme certificateur / Label
(Région de) BRUXELLES-CAPITALE		
Brasserie Cantillon	Production mixte conventionnelle / biologique	
<i>Cantillon Iris</i>	Fermentation spontanée	Biogarantie
<i>Cantillon Grand Cru BruocsellaBio</i>	Fermentation spontanée	Biogarantie
<i>Cantillon Gueuze 100% Lambic Biologique</i>	Fermentation spontanée	Biogarantie
<i>Cantillon Kriek 100% Lambic Bio</i>	Fermentation spontanée	Biogarantie
<i>Cantillon Lou Pepe Gueuze</i>	Fermentation spontanée	Biogarantie
PROVINCE d'ANVERS		
Brasserie Den Hopperd	Production mixte conventionnelle / biologique	
<i>Kameleon Amber</i>		Biogarantie® - Blik-Integra
<i>Kameleon Tripel</i>		Biogarantie® - Blik-Integra
<i>Kameleon Donker</i>		Biogarantie® - Blik-Integra
<i>Kameleon Ginseng</i>		Biogarantie® - Blik-Integra
<i>Circus Bio</i>		
Brasserie Sanguisorba	Lien avec <i>Bie Jessenhofke</i> (Limbourg) ; producteur de fruits et légumes anciens qui produit (/ fait produire ?) une seule bière, bio	
<i>Pimpernelle booge persent (kruidenbier)</i>		BioGarantie (BE-BIO-02)
Gageleer cvba	Brassage réalisé par de « Proef »brouwerij (OW) ; production mixte conv. (une pils non bio) / bio	
<i>Gageleer</i>		Biogarantie
PROVINCE du BRABANT FLAMAND		
Brasserie Guldenboot (nv)	bières produites par Bie Strubbe (WV) (<i>Bie Silenrieux</i> auparavant). Toute la gamme <i>Leikeren</i> est bio mais <i>Bie Strubbe</i> : mixte bio / conv	
<i>Amber Leikeren</i> » (?)		Ecocert
<i>Dark Leikeren</i> » (?)		Ecocert
<i>Special Spelt Leikeren</i> »(?)		Ecocert
<i>Leikeren Bio Blanche d'épeautre</i>		
<i>Leikeren Bio Fruits sauvages</i>		
<i>Leikeren Bio Lager</i>		
<i>Leikeren Bio Sarasin Blonde</i>		
<i>Leikeren Bio Sarasin Brune</i>		
PROVINCE du BRABANT WALLON		
PROVINCE de FLANDRE OCCIDENTALE		
Brasserie De Plukker	Production uniquement biologique	
<i>Keikoppenbier</i>		BE-BIO-02 / UE Landbouw
<i>Rookop</i>	(brune)	BE-BIO-02 / UE Landbouw
<i>Plukker Single Green Hop</i>		BE-BIO-02 / UE Landbouw
Brasserie STRUBBE	Brasse pour d'autres brasseries ; Production mixte	

PROVINCE de FLANDRE ORIENTALE		
Brasserie Huyghe – Mongozo	Production mixte conventionnelle / biologique	
<i>Mongozo Pilsner bio</i>		Certisys & label officiel européen
« <i>Mongozo banane</i> »		fairtrade / max havelaar
[« <i>Mongozo coconut</i> »		fairtrade / max havelaar
[« <i>Mongozo Quinoa</i> »		fairtrade / max havelaar
[« <i>Mongozo mangue</i> »		fairtrade / max havelaar
[« <i>Mongozo noix de Palm</i> »		fairtrade / max havelaar
Deva Hill bvba (health food)	distributeur bio ; bière produite par Bie Strubbe (WV)	
<i>Modeste Triple</i>		
DE « PROEF » BROUWERIJ	Ne brasse que pour d'autres brasseries (pas de commercialisation) ; Production mixte	
PROVINCE du HAINAUT		
Brasserie La Binchoise	Brasse pour d'autres brasseries (Belgoobeer...) ; brasserie mixte, qui brasse également des bières d'étiquette mixtes	
<i>Organic' bio Triple</i>		
<i>Organic' bio Brune</i>		
<i>Organic' bio Miel</i>		
<i>Organic' bio Fruits rouges</i>		
<i>Ginette Natural Fruit</i>	Bière brassée par Brasserie la Binchoise pour	Certisys_biogarantie
Brasserie Belgoobeer	bière produite par Brasserie La Binchoise (HAI)	
<i>Belgoo Biolo ambrée</i>		biogarantie
<i>Belgoo Biolo blonde</i>		biogarantie
Brasserie de Brunehaut	Produit sa propre orge bio ; brasse des bières d'étiquette pour la Belgique et pour export ; brasserie mixte	
<i>Brunehaut Bio Ambrée</i>	Sans gluten	
<i>Brunehaut Bio Blanche</i>		
<i>Brunehaut Bio Blonde</i>		
<i>Malteni</i>	Bière brassée par Bie Brunehaut pour...	
<i>Ginette Blanche</i>	Bière brassée par Bie Brunehaut pour...	Certisys
<i>Vieux Bruges Bio Blanche</i>	Bière brassée par Bie Brunehaut pour le distributeur français Difcom, en vente chez Auchan	
Brasserie Dupont	Brasserie mixte ; première brasserie à produire bio en Belgique (1990) ; plus grosse prod bio (14.000hl)	
<i>Moinette biologique</i>		bio-garantie
<i>Saison Dupont biologique</i>		bio-garantie
<i>Blanche du Hainaut bio</i>		bio-garantie
<i>Biolégère</i>		bio-garantie
<i>Bière de Miel bio</i>		bio-garantie
<i>Bio Fruits</i>		bio-garantie
Brasserie Ellezelloise	Brasserie mixte ; forme avec la Bie des Géants, la Bie des Légendes (même gestionnaire)	
<i>Quintine Bio (blanche)</i>		bio-garantie
Brasserie de Silly –Van der Haeghen	Brasserie mixte	
<i>Silly Pils Bio</i>		Certisys
PROVINCE de LIEGE		
PROVINCE du LIMBOURG		

Brasserie Jessenhofke	en partenariat avec de « Proef » Brouwerij jusqu'à 2012, puis Anders Brouwerij ¹⁸⁵ (Halen – Limbourg) depuis 2013 ; (micro-) brasserie (?) bio uniquement	
<i>Jessenhofke Triple</i>		
<i>Jessenhofke BRWN</i>	brassée par de Proef brouwerij	
<i>Jessenhofke LGHT</i>		
<i>Jessenhofke RSRV</i>		
<i>Jessenhofke MAYA</i>	brassée par de Proef brouwerij	
<i>Jessenhofke ARVUM</i>		
<i>Jessenhofke Kriek</i>		
<i>Jessenhofke Blaambessenbier</i>		
<i>Jessenhofke Brhrambèzebier</i>		
<i>Jessenhofke Bzart blond</i>	brassée par de Proef brouwerij	
<i>Pimpernelle</i>	pour Sanguisorba , sur base de la Triple	
<i>Dagehyckx bier</i>	bière d'étiquette brassée pour le béguinage de Tongres	
ANDERS BROUWERIJ	Ne brasse que pour d'autres brasseries (pas de commercialisation)	
PROVINCE du LUXEMBOURG		
PROVINCE du NAMUR		
Brasserie Caracole	Brasserie mixte conv / bio	
<i>Saxo bio</i>		mention biologique Nature et Progrès
<i>Troublette bio</i>		mention biologique Nature et Progrès
Brasserie de Silenrieux	Brasserie mixte conv / bio	
<i>Blanche d'épeautre</i>		
<i>Cuvée des Lacs de l'Eau d'Heure</i>		label européen officiel alim iss. Agr. bio
<i>La Joseph bio</i>		label européen officiel alim iss. Agr. bio
<i>Sarasin Blonde</i>		label européen officiel alim iss. Agr. bio
<i>Sarasin Brune</i>		label européen officiel alim iss. Agr. bio
<i>La sara – double brune</i>	(à différencier de l'autre brune ?)	

¹⁸⁵ La brasserie Anders a été créée en 2012, à Halen. Il s'agit d'une brasserie qui brasse pour d'autres brasseries à l'instar de la brasserie de Proef.