

PROJECTEURS

**L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET**

SE LANCER DANS LA BIÈRE *CRAFT* BRASSERIE ARTISANALE OU MICROBRASSERIE

JUIN 2023



bpifrance

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, etc.), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **[Bpifrance-creation.fr](https://bpifrance-creation.fr)**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **structures juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut social et fiscal de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs SE LANCER DANS LA BIÈRE CRAFT est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16 € TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Caroline Gilibert (caroline.gilibert@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-049-1

Bpifrance, juin 2023

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

PROJECTEURS

SE LANCER DANS LA BIÈRE *CRAFT*

“ Ça commence bien avant la gorge. Sur les lèvres déjà cet or mousseux, fraîcheur amplifiée par l'écume, puis lentement sur le palais bonheur tamisé d'amertume. Comme elle semble longue, la première gorgée ! On la boit tout de suite, avec une avidité faussement instinctive. ”

Philippe Delerm*

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions, en particulier :

- Emmanuel Gillard, biérologue, *webmaster* de Projet Amertume
- Muriel Slawyk, directrice des affaires juridiques et réglementaires de Brasseurs de France
- Sonia Rigal, déléguée générale du Syndicat national des brasseries indépendantes (SNBI)
- Le service Veille Artisanat de CMA France

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

SOMMAIRE

1.	EN BREF	5
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	7
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	11
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	35
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	42
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	46
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	57

**EN
BREF**

1.

EN BREF

IPA, lager, stout... voilà des appellations connues aujourd'hui du plus grand nombre grâce au développement exponentiel des brasseries artisanales ces dernières années. Cette croissance a entraîné la démocratisation de la bière artisanale – ou craft – dans le monde et tout particulièrement en France. Pour la bière comme pour l'alimentation, les consommateurs sont en demande de transparence et de traçabilité. Ils privilégient les circuits courts et veillent au bon rapport qualité-prix.

La France est le premier pays européen en nombre de brasseries artisanales avec 2 400 recensées en septembre 2022, ce qui représente une brasserie pour 26 900 habitants ! Si leur nombre est important, les brasseries artisanales et les microbrasseries produisent peu en comparaison des brasseries industrielles. En effet, une quinzaine de brasseries produisent, à elles seules, 95 % du volume de bière produit en France chaque année. Il existe toutefois un paradoxe : les Français sont parmi les plus faibles consommateurs de bière d'Europe (33 litres par an et par habitant) quand les Tchèques en consomment 129 litres.

Ces dernières années, le nombre de créations d'entreprises dans la filière brassicole a été très important : 6,5 brasseries se sont ouvertes en moyenne par semaine dans les territoires urbains et ruraux ! En 2023, la tendance semble plus morose avec de probables fermetures de brasseries liées à la hausse des coûts de production et de transport.

Faire une bière est facile, la recette semble simple : de l'eau, du houblon, du malt et des levures. Pour autant, faire une bonne bière est beaucoup plus compliqué ! Bien qu'aucun diplôme ne soit obligatoire pour s'installer, se former avant de se lancer est un vrai plus. Entreprendre en brasserie est très souvent l'affaire de passionnés de la bière. Ils sont parfois en reconversion. Pour se lancer, il est alors important de confirmer et de consolider ses connaissances en biochimie, sur la législation et la sécurité... et de bien vérifier ses recettes. Se former peut aider l'entrepreneur à rassurer les financeurs.

CHIFFRES-CLÉS

70 %

**des bières consommées en France
sont produites dans l'Hexagone**

9 %

**des bières vendues en France sont
issues de brasseries indépendantes**

(Brasseurs de France ; en France en 2020 – SNBI ; en France en 2022)

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Les **brasseries craft** et **microbrasseries** ont en commun de produire elles-mêmes leur bière et de la distribuer, le plus souvent, à un niveau local (ville, département, région), principalement en vente directe, à des caves à bières ou à des distributeurs indépendants. En général, ces petites structures brassent des matières premières de qualité selon un procédé traditionnel. La plupart du temps, sans ajouter de produits chimiques ni de conservateurs. Dans de nombreux cas aussi, les bières ne sont pas pasteurisées afin de laisser la fermentation suivre son cours, ce qui permet à une variété de saveurs de se développer. Leur succès témoigne de l'importance de la méthode artisanale et de la mise en avant des produits locaux.

La fabrication de la bière se décompose en plusieurs étapes au cours desquelles le brasseur est présent pour contrôler, ajuster, rectifier le processus : le maltage, le brassage et la fermentation. Voici un résumé de ces étapes de fabrication :

- Le malt est une céréale germée, le plus souvent de l'orge – bien que le froment, le blé, le seigle ou encore le sorgho s'y prêtent également. Le malt s'obtient dans des malteries, entreprises indépendantes des brasseries. Les grains de céréale intacts sont nettoyés, humidifiés, ils absorbent de l'oxygène et germent. L'humidité restante est retirée dans des installations en forme de tours. Le grain d'orge, tombé à 4 % d'humidité, est devenu malt.
- Le malt devient moût : concassé, il est mélangé avec de l'eau. Le mélange est élevé en température dans une cuve-matière afin d'activer les enzymes naturellement libérées lors du maltage ; l'amidon du malt se transforme en sucre. Filtré, le mélange devient moût.
- Le moût devient bière : porté à ébullition, il est additionné de houblon infusé et refroidi. Ensemencé avec de la levure de bière, il fermente pendant une semaine, le sucre se transforme alors en alcool.
- La bière acquiert son bouquet : débarrassée de ses levures, maintenue à basse température pendant quelques semaines dans de vastes cuves de garde, la bière mûrit et parfait son bouquet.
- Filtrée à nouveau, elle est prête pour être soutirée et mise en fût, bouteille ou canette.

La France compte une dizaine de brasseries industrielles et 2 400 brasseries artisanales. Mais qu'est-ce qui différencie une microbrasserie ou une brasserie artisanale d'une brasserie industrielle ?

- L'usage veut que l'on appelle « artisanale », une brasserie de petite taille et innovante. L'utilisation du terme « artisanale » est donc exclusivement réservée aux brasseries de moins de 10 personnes régulièrement inscrites à la Chambre de métiers et de l'artisanat (CMA) depuis au moins trois ans.
- Les techniques de fabrication de la microbrasserie, artisanale par définition, sont bien souvent : la fermentation à haute température, l'absence de filtration ou de pasteurisation, et la refermentation en bouteille, en canette ou en fût.

Dans ce dossier Projecteurs, nous emploierons le terme de « **brasserie artisanale** » ou « **brasserie craft** » pour désigner les **brasseries dont la production annuelle est inférieure à 50 000 hectolitres**.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

LA DIFFICILE CLASSIFICATION DES BRASSERIES

Il n'existe **aucune classification officielle des brasseries**. Cependant, elles sont souvent classées en fonction de leur volume annuel de production :

- Les douanes utilisent l'expression de « **petites brasseries indépendantes** » pour qualifier les productions inférieures à 200 000 hectolitres par an.
- L'institut Xerfi parle également de « **petites brasseries indépendantes** » pour les productions inférieures à 200 000 hectolitres par an, mais introduit une nuance, qualifiant de « **brasseries artisanales** » les productions annuelles inférieures à 50 000 hectolitres.
- Projet Amertume a mis au point la classification suivante, un classement officieux dans lequel se reconnaît une partie de la profession :
 - > les **picobrasseries** produisent moins de 200 hl/an ;
 - > les **microbrasseries** produisent de 200 à 1 000 hl/an ;
 - > les **brasseries artisanales** produisent de 1 000 à 200 000 hl/an ;
 - > les **brasseries industrielles** produisent plus de 200 000 hl/an.

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS. « [Régime fiscal des boissons alcooliques – Droit spécifique sur les bières – Taux réduits pour les bières produites par les petites brasseries indépendantes](#) », bulletin officiel des douanes du 15/05/2019.
- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », livre électronique publié en janvier 2023.
- XERFI. « [Le marché de la bière](#) », étude publiée le 19/09/2022.

Sources :

- C'EST PAS SORCIER. « [La fabrication de la bière](#) », vidéo en ligne qui explique pas-à-pas les différentes étapes de la production et les ingrédients utilisés, France 3, mai 2013.
- CHEF PATISS. « [Les étapes de la fabrication d'une bière artisanale](#) », vidéo en ligne, mars 2015.
- CMA FRANCE. « [Les métiers de l'artisanat – brasseur](#) », contenu en ligne.
- DIRECTION GÉNÉRALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS. « [Régime fiscal des boissons alcooliques – Droit spécifique sur les bières – Taux réduits pour les bières produites par les petites brasseries indépendantes](#) », bulletin officiel des douanes du 15/05/2019.
- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », livre électronique publié en janvier 2023.
- JE-CHANGE-DE-MÉTIER.COM. « [Devenir brasseur](#) », contenu en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ FRANCE CULTURE. « [Histoire de la bière, une boisson estivale qui se fait mousser](#) », article publié le 17/06/2022.

Codes APE de la NAF

L'activité de brasserie relève du code d'activité principale de l'entreprise (APE) **11.05Z « Fabrication de bière »** au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008). Elle comprend :

- la fabrication de bière par fermentation, à partir d'eau, de malt et de houblon ;
- la fabrication de panachés et de bières sans alcool ou faiblement alcoolisées.

Ce code ne comprend pas la fabrication de levures (10.89.Z), ou de malt (11.06Z).

Pour en savoir plus :

- ➔ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « [Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?](#) », rubrique en ligne.

Aptitudes

Si ce secteur est ouvert aux non-professionnels du monde brassicole, il s'agit cependant de maîtriser un véritable savoir-faire : celui du brassage. Pour entreprendre dans la brasserie artisanale, il est utile :

- **D'effectuer différents stages** chez des brasseurs installés, tester différents matériels, brasser différents styles de bières, et ainsi démarrer ses propres bières en mode « brasseur nomade ».
- **D'avoir une appétence scientifique.** Il est nécessaire de posséder des connaissances, notamment en biochimie et en microbiologie. Le procédé de fabrication fait appel à de nombreuses réactions biochimiques et il est important de maîtriser l'hygiène à tous les stades de la fabrication.
- **D'être bricoleur.** Connaître et savoir réparer une pompe, intervenir sur les différents fluides, maîtriser les groupes froids, avoir des connaissances en mécanique, etc.
- **D'avoir des aptitudes commerciales et en marketing.** Il faudra en premier lieu définir les valeurs véhiculées par ses produits, le message que le brasseur souhaite faire passer, en déduire ses slogans, penser ses étiquettes. Bref, donner une cohérence à son projet tout en étudiant sa concurrence.
- **De ne pas négliger la réglementation** en vigueur concernant la production et la commercialisation de la bière.

Un élève du lycée Biotech de Douai, l'un des centres où est dispensée la formation préparant au titre professionnel de brasseur, dit de son métier : « En microbrasserie, on s'approvisionne de plus en plus en circuits courts. J'aime ce métier artisanal qui mobilise mains, tête et papilles, où les gens s'entraident, et où le contact avec le public est agréable. »

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, février 2023.
- LE MONDE. « [Pour devenir brasseur de bière en France, les places sont chères](#) », article publié le 27/04/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ BRASSEURS DE FRANCE. « [10 questions à se poser avant de devenir brasseur](#) », contenu en ligne.

Lexique

Vous retrouverez tous les termes utilisés dans ce dossier et dans les différentes sources d'information sur la bière dans :

- Le « [glossaire](#) » du site des Brasseurs de France.
- Le « [lexique](#) » d'Univers Bière.

3.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

L'état des lieux du secteur

Le nombre d'entreprises en France recensées sous le code NAF 11.05Z (« Fabrication de bière ») par l'Insee en 2020 était de 2 145, alors qu'elles n'étaient que 574 en 2015. Le syndicat Brasseurs de France dénombre 2 500 brasseries dans l'Hexagone et outre-mer en 2022, faisant de la France le premier pays européen en nombre de brasseries et le huitième producteur du continent. Les brasseries françaises proposent plus de 10 000 références de bières différentes. En 2020, 70 % des bières consommées dans le pays étaient produites en France.

La tendance globale d'achat est de « consommer moins mais consommer mieux » ; une tendance similaire à celle observée dans l'alimentation. Elle se vérifie avec l'explosion du nombre de brasseries *craft* et microbrasseries qui produisent en général des bières originales, qualitatives et locales. Brasseurs de France, qui représente plus de 98 % de la production française de bière et qui a parmi ses membres 96 % de PME/TPE, revendiquait un chiffre d'affaires de 4,1 milliards d'euros en 2020.

Sources :

- BRASSEURS DE FRANCE. « [Le marché de la bière](#) », rubrique en ligne.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du syndicat Brasseurs de France, mai 2023.

Le biérologue, Emmanuel Gillard, également *webmaster* de Projet Amertume, dénombre 2 513 brasseries en activité, en France métropolitaine fin 2022 dont :

- 156 fermes-brasseries ;
- 125 produisent de l'orge ;
- 172 produisent du houblon ;
- 36 pratiquent le maltage ;
- 343 sont des brasseries pédagogiques ;
- 262 proposent de la restauration ;
- 29 sont des viticulteurs-brasseurs ;
- 157 ont développé un *brewpub* ;
- 39 sont des brasseries associatives ;
- 555 ont une gamme majoritairement certifiée biologique.

Projet Amertume recensait, en 2022, 7,5 ouvertures de brasseries pour une fermeture avec un total de 312 nouvelles brasseries. Depuis le début de l'année 2023, les fédérations professionnelles tirent la sonnette d'alarme, car les prix des matières premières, des conditionnements, des emballages, du verre et de l'énergie n'ont cessé d'augmenter. Il est difficile pour les professionnels de répercuter ces hausses sur leurs prix de vente.

Sources :

- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », livre électronique publié en janvier 2023.
- PROJET AMERTUME. « [La bière en France en 2023](#) », infographie consultable en ligne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

HAUSSE DES COÛTS DE PRODUCTION

Au-delà de l'énergie, du carton et du verre qui subissent une hausse des tarifs, les matières premières que sont les céréales maltées et le houblon sont également touchées par ces augmentations. Le contexte géopolitique à l'heure de la rédaction de ce dossier ne fait qu'accentuer cette situation (voir la rubrique « **Matières premières – Fournisseurs** » en partie 4).

Depuis le début de l'année 2023, les fédérations professionnelles tirent la sonnette d'alarme, car les prix des matières premières, des conditionnements et emballages, du verre et de l'énergie n'ont cessé d'augmenter. Il est difficile pour les professionnels de répercuter ces hausses sur leurs prix de vente. Conséquence : les fédérations professionnelles anticipent un nombre de cessation d'activités de microbrasseries et de brasseries artisanales en augmentation importante par rapport aux années précédentes. Une enquête réalisée par Brasseurs de France et la CPME entre le 11 avril et le 3 mai 2023 révèle que 1 brasserie sur 10 déclare envisager une fermeture définitive cette année en raison de cette situation économique inédite et complexe. Selon l'enquête, la hausse des prix de revient peut aller jusqu'à + 50 % et s'élève *a minima* à + 10 % pour 2 entreprises sur 3. Parallèlement, elles ne sont que 30 % à ne pas avoir répercuté cette hausse sur leurs prix de vente, mais 61 % d'entre elles indiquent l'avoir partiellement répercutée.

Sources :

- BRASSEURS DE FRANCE. « **1 brasserie sur 10 arrêterait son activité en 2023 : ne les laissons pas disparaître sans réagir !** », communiqué de presse publié le 16/05/2023.
- BRASSEURS DE FRANCE. « **Enquête sur la situation des brasseries : l'avenir de la filière brassicole s'assombrit !** », publiée le 08/12/2022.
- SNBI. « **Les brasseries artisanales sont au bord du gouffre !** », lettre ouverte adressée au gouvernement et publiée le 07/03/2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ LIBÉRATION. « **Le secteur de la bière a été très affecté par les difficultés économiques et la morosité ambiante** », chronique « La Tireuse » publiée le 20/04/2023.
- ➔ LSA. « **Après l'ivresse, les bières sont sous pression** », article publié le 29/03/2023.

Les brasseries en France

La France ne fait pas partie des grands producteurs de bière. En revanche, elle se distingue des autres pays européens par la très forte croissance du nombre de brasseries *craft* et de microbrasseries. Le nombre de brasseries artisanales et de microbrasseries a presque quintuplé entre 2014 et 2021 pour atteindre un total de près de 2 400 brasseries selon le Syndicat national des brasseries indépendantes (SNBI). Ces deux types de brasseries produisent environ 9 % du total des ventes de bière. Pour rappel, une dizaine de brasseries industrielles produisent plus de 90 % des bières vendues en France.

La production de bière en France est donc très atomisée, à l'instar du vin. Autre caractéristique commune à ces deux grandes familles de boissons alcoolisées : leurs productions maillent très finement le territoire français. Elles créent des emplois là où il y en a parfois très peu, notamment dans les zones rurales, et pour tous les niveaux de qualification, avec une prédominance marquée pour des emplois d'ouvrier. Les brasseries indépendantes en France (outre-mer inclus) représentent 6 800 emplois directs, soit 80 % des emplois de la filière brassicole.

Selon une infographie du SNBI, le chiffre d'affaires des brasseries indépendantes s'élève à 680 millions en septembre 2022. En France, la même année, 6,5 brasseries indépendantes auraient vu le jour chaque semaine. La totalité des 2 400 brasseries indépendantes installées sur le territoire produit 1,8 million d'hectolitres, soit 750 hectolitres en moyenne par brasserie.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

En matière de types de bière :

- 99 % des brasseries indépendantes produisent des bières à fermentation haute ;
- 33 % produisent des bières à fermentation basse ;
- 30 % produisent des bières bio.

Les brasseurs indépendants écoulent leur production par les canaux suivants :

- 75 % en vente directe à la brasserie ;
- 65 % auprès des commerces locaux ;
- 60 % chez des cavistes ;
- 45 % lors des fêtes et des marchés locaux ;
- 45 % auprès de l'hôtellerie/restauration ;
- 21 % en grande distribution ;
- 25 % par des distributeurs ;
- 23 % en ligne ;
- 11 % à l'export.

Sources :

- LA TRIBUNE. « [Vins et spiritueux : un immense secteur économique aux contours flous](#) », article publié le 03/02/2023.
- SNBI. « [Le marché des brasseries indépendantes](#) », infographie publiée en septembre 2022.
- THE CONVERSATION. « [Pourquoi la bière n'a pas fini de se faire mousser](#) », article publié le 06/12/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ Deux annuaires des brasseries artisanales en France sont présentés dans la partie 7
« [Contacts et sources d'information](#) ».

Répartition territoriale des brasseries

Avant l'essor récent des brasseries artisanales en France, la production était concentrée sur certains territoires tels que l'Alsace et le Nord. En 2022, les brasseries se retrouvent partout dans l'Hexagone et c'est la région Auvergne-Rhône-Alpes qui concentre le plus grand nombre de sites de production indépendants avec 390 brasseries. Viennent ensuite l'Occitanie (260) et la Nouvelle-Aquitaine (240). Les deux terres historiques de brasseurs que sont la région Grand Est et les Hauts-de-France suivent avec respectivement 235 et 190 brasseries.

TOP 5 DU NOMBRE DE BRASSERIES PAR DÉPARTEMENT, 2022

DÉPARTEMENT	NOMBRE DE BRASSERIES
Nord	125
Isère	69
Rhône	67
Gironde	61
Loire-Atlantique	59

Source : Projet Amertume, décembre 2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Sources :

- BRASSEURS DE FRANCE. « [Histoire](#) », contenu en ligne.
- PROJET AMERTUME. « [La bière en France en 2023](#) », infographie consultable en ligne.
- SNBI. « [Le marché des brasseries indépendantes](#) », infographie publiée en septembre 2022.

Les brasseurs nomades ou Gypsy brewers

Un brasseur nomade n'a aucun outil de production et brasse avec les installations d'autrui. Il peut :

- soit utiliser le matériel de la brasserie et participer au brassage ;
- soit laisser le soin de la production à la brasserie, contre rémunération. Il s'agit dans ce cas du « brassage à façon ». Les bières sont alors brassées d'après une recette originale dans une brasserie de production.

Les cas d'usage des brasseries nomades sont variés :

- Brasseries en cours de création ou en situation de réinvestissement, qui n'ont pas encore fini d'installer leur outil de production.
- Brasseries qui commercialisent un produit original, mais qui ne peuvent pas encore investir dans un outil de production de qualité.
- Brasseries qui sont à 100 % de leur capacité de production et qui ont besoin d'externaliser pour produire davantage.
- Marques connues qui ne disposent pas d'unité de production attitrée.

Pour l'entrepreneur qui n'est pas encore installé, c'est une démarche porteuse de sens puisqu'elle permet :

- de tester différents matériels avant achat et installation ;
- d'utiliser des infrastructures et des outils déjà existants ;
- de tester ses recettes en se formant aux différentes étapes de la production avec des brasseurs aguerris.

Si vous optez pour cette démarche nomade, vous devrez le faire de manière transparente et l'indiquer sur votre conditionnement.

Sources :

- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », éditions Projet Amertume, livre électronique publié en 2023. Il inclut une liste non exhaustive des brasseries nomades.
- THE BEER LANTERN. « ["Gypsy Brewers" : vraies brasseries ou simples brasseurs ?](#) », dossier publié le 02/05/2021.

LE MARCHÉ EUROPÉEN DE LA BIÈRE

En 2021, les brasseries en Europe ont brassé 40 milliards de litres de bière. L'Allemagne arrive en tête avec 8,5 milliards de litres, suivie par le Royaume-Uni (3,8 milliards de litres).

Cette production européenne est issue de 12 704 brasseries actives recensées en 2021 par *The Brewers of Europe*, structure qui fédère les différents syndicats européens de brasseurs.

Selon *The Brewers of Europe*, la consommation de bière en Europe s'est établie à 36 milliards de litres en 2021, en baisse de 2,8 % par rapport à 2015. Les plus gros consommateurs sont les Tchèques avec en moyenne 129 litres bus par habitant sur un an. Le bas du classement est tenu par trois pays méditerranéens, dont la France qui se situe à l'avant-dernière place, entre l'Italie et la Grèce, avec 33 litres par habitant en moyenne. Il faut néanmoins noter que la Belgique n'a pas communiqué ses chiffres.

Autre tendance remarquable, le Royaume-Uni boit plus de vin que de bière aujourd'hui alors que, dans les années 1960, sa consommation d'alcool portait à plus de 80 % sur la bière.

Sources :

- BREWERS OF EUROPE. « [European Beer Trends - 2022](#) », rapport publié le 16/12/2022.
- LE FIGARO VIN. « [Quelles sont les dix marques de bières les plus valorisées dans le monde en 2022 ?](#) », article publié le 08/08/2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Créations d'entreprises

Le nombre de créations d'entreprises est relativement élevé ces quatre dernières années, malgré la crise sanitaire de la Covid-19. Dès 2021, le secteur retrouve sa dynamique de création d'entreprise d'avant-crise, et la situation se maintient en 2022.

ÉVOLUTION DES CRÉATIONS D'ENTREPRISES DU SECTEUR « FABRICATION DE BIÈRE », 2019-2022

2019	2020	2021	2022
442	384	513	457

Champ : France entière, entreprises du secteur « Fabrication de bière » (NAF 11.05Z).

Source : Insee (Sirene, 2022).

En 2021, le taux de nouvelles entreprises pour la « Fabrication de bière » est supérieur au taux de renouvellement global, tous secteurs confondus : 23,9 % pour la filière brassicole contre 16,1 % pour l'ensemble des secteurs, indiquant un dynamisme sectoriel plus intense que la moyenne.

DYNAMIQUE DU SECTEUR « FABRICATION DE BIÈRE », 2022

ACTIVITÉ	NOMBRE D'ENTREPRISES EN 2020	NOMBRE DE CRÉATIONS EN 2021	TAUX DE NOUVELLES ENTREPRISES
Fabrication de bière (11.05Z)	2 145	513	23,9 %
Total entreprises	6 513 742	1 050 520	16,1 %

Champ : France entière, entreprises du secteur « Fabrication de bière » (NAF 11.05Z).

Source : Insee (Sirene, 2022).

Reprises d'entreprises

La cession/reprise d'entreprise n'est pas fréquente en microbrasserie. Le marché de la reprise concerne surtout les acteurs qui produisent au-delà de 1 500 à 2 000 hectolitres par an, donc des entreprises considérées comme de grandes brasseries.

Souvent, en milieu rural, la microbrasserie est accolée à l'habitation de l'entrepreneur et lors de la cessation d'activité, ce dernier fermera le lieu de production et revendra son matériel.

Pour connaître les opportunités de reprise, vous pouvez contacter les organisations professionnelles (voir la rubrique « [Les principaux organismes professionnels et fédérations](#) » en partie 7) et consulter les sites d'annonces de cession d'entreprise, notamment ceux indiqués ci-dessous.

Source : informations recueillies auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, en février 2023 et auprès du SNBI en mars 2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ [Bourse des commerces](#) du Fusacq et [Bourse de la transmission](#) de Bpifrance.
- ➔ [Entreprendre dans l'artisanat](#), bourse nationale des créateurs, repreneurs, et cédants de CMA France.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

→ Rubriques « [Je prépare ma reprise d'entreprise](#) » et « [Comment trouver l'entreprise à reprendre ?](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Évolution du secteur

Profil des néo-brasseurs et brasseuses

Ces dernières années, l'essor des brasseries relève essentiellement d'individus en reconversion. Ils sont majoritairement trentenaires ou jeunes quadragénaires, souvent diplômés et ils profitent de cette reconversion professionnelle pour s'installer dans les territoires ruraux. Les candidats à l'installation viennent de tous les secteurs d'activité et peuvent aussi être d'anciens salariés de brasseries.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, février 2023.

Pour en savoir plus :

- ADOPTE UN BRASSEUR. « [Portraits](#) », blog en ligne. Cette rubrique recense de très nombreuses *interviews* de brasseurs qui commercialisent leur production sur la *market place* éponyme.
- LA NOUVELLE RÉPUBLIQUE. « [Indre : le pari fou de Loïc Leroux, brasseur à Déols](#) », article publié le 20/07/2020.
- LE MONDE. « [Pour devenir brasseur de bière en France, les places sont chères](#) », article publié le 27/04/2022.

Féminisation de la profession

Le nombre de brasseuses ne cesse d'augmenter et leurs bières sont appréciées par tous. *Exit* l'idée que les bières élaborées par des femmes, sont des bières pour les femmes, même si certaines ont pris la décision de brasser des bières peu amères. En 2021, le Projet Amertume a établi que, sur la base des 2 147 brasseries recensées, 392 d'entre elles emploient au moins une femme soit 18,3 % des brasseries en activité. Voici les fonctions exercées par ces femmes :

- 34 % dans le brassage ;
- 28 % à la direction ;
- 16 % dans le marketing ;
- 16 % dans le commercial ;
- 6 % dans l'administratif.

Le syndicat Brasseurs de France indique qu'un tiers des salariés et 40 % des cadres en brasserie sont des femmes.

Sources :

- BIÈRE MAGAZINE. « [Marie-Emmanuelle Berdah, zythologue aux projets plein la tête](#) », article publié dans le n°118, janvier 2023.
- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », éditions Projet Amertume, livre électronique publié en 2023.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du syndicat Brasseurs de France en mai 2023.
- LE FIGARO/VIN. « [La vie d'une femme maître-brasseuse : rencontre avec Clara Bertioz](#) », article publié le 09/04/2023.
- LIBÉRATION. « [L'association Buveuses de bière, plaisir du malt sans mâle](#) », chronique « La Tireuse » publiée le 15/02/2023.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Pour en savoir plus :

- LECOQ ANAÏS. « **Maltriarcat** », éditions Nouriturfu, livre publié en 2022.
- « **Pour un monde de la bière plus inclusif** », lettre ouverte signée par un collectif le 14/03/2022.

QUAND LES BRASSEUSES ET LES FEMMES AMATRICES DE BIÈRE SE REGROUPENT ET S'ENTRAIDENT

Trois jeunes femmes ont créé l'association **Buveuses de bières** en 2022, après avoir constaté qu'il n'y avait pas vraiment d'endroit où les amatrices de bière se sentaient bien. Les femmes sont souvent bien moins nombreuses que les hommes dans les clubs dédiés à la bière. Cette association a pour objectif de fédérer les amatrices de bière, de les faire monter en compétences et d'approfondir leurs connaissances sur la bière et sa dégustation. Elles organisent des événements dans de nombreuses villes de France (ateliers de dégustation, visites de brasseries, de malteries, de houblonnières, brassages communs entre brasseuses, etc.).

L'association internationale **The Pink Boots Society**, basée aux États-Unis, soutient, forme et encourage les femmes à entreprendre dans la filière brassicole. Cet organisme à but non lucratif aide les femmes brasseuses à rencontrer des mentors et à communiquer entre elles. Le groupe francophone est rassemblé dans le collectif **French Chapter**.

Achats de boissons alcoolisées pour une consommation au domicile

Selon FranceAgriMer, le nombre de ménages qui achètent de l'alcool recule entre 2008 et 2017 (dernières données disponibles), de même que les volumes d'achat de boissons alcoolisées par les Français pour leur consommation à domicile **qui présentent une baisse ininterrompue** sur toute la période, une tendance identifiée dès les années 1960 par de multiples sources.

En 2021, le cabinet Statista estime que la consommation de bière s'élevait à environ 33 litres par habitant, soit beaucoup moins que le vin, toujours dominant en France, dont la consommation par habitant s'élevait à 46 litres en 2020. La consommation de bière par habitant tend à augmenter alors que celle du vin baisse, une tendance déjà observée par l'étude FranceAgriMer sur la décennie 2008-2017 : les ménages ont acheté en moyenne 66 litres de boissons alcoolisées pour leur consommation à domicile en 2017 contre 71 litres en 2008. Cette baisse résulte essentiellement de la diminution de la consommation de vin tranquille (non effervescent).

L'étude observe également une évolution plus globale des manières et des occasions de consommer de l'alcool, avec une consommation moins associée au repas quotidien. Elle devient plus occasionnelle mais aussi plus festive. Le retour de l'apéritif illustre bien cette tendance.

Même s'ils en achètent moins en volume, **les ménages français dépensent plus** qu'il y a dix ans en boissons alcoolisées à consommer à domicile. En 2017, un ménage français y a consacré en moyenne un budget de 307 euros, contre 291 euros en 2008 (en euros courants). Si les dépenses en vins tranquilles ou effervescents sont en recul, elles sont compensées par celles en spiritueux (96 euros contre 88 euros en début de période) et en bière dont le budget, bien que faible comparée à sa part en volume, a explosé en dix ans, passant de 33 euros à 55 euros.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

RÉPARTITION, EN VOLUME ET EN MONTANT, DES ACHATS DE BOISSON ALCOOLISÉE D'UN MÉNAGE FRANÇAIS POUR SA CONSOMMATION À DOMICILE, PAR CATÉGORIE DE PRODUIT*

	MOYENNE 2008-2010	MOYENNE 2015-2017
VOLUMES ACHETÉS PAR AN EN %		
Vin tranquille	53	46
Bière	29	35
Spiritueux	10	10
Vin effervescent	5	5
Produit intermédiaire**	3	4
DÉPENSES ANNUELLES EN %		
Vin tranquille	39	35
Spiritueux	31	31
Bière	12	17
Vin effervescent	14	12
Produit intermédiaire**	5	5

* Hors cidre.

** Apéritifs à base de vin et vins doux naturels.

Note de lecture : Les données ne prennent pas en compte les achats pour une consommation hors domicile (CHD), à savoir, ni les achats des ménages effectués dans le circuit des cafés-hôtels-restaurants (CHR) ; ni les achats des ménages réalisés en vacances ou pour leur résidence secondaire.

Source : Kantar Worldpanel. Estimations FranceAgriMer.

Sources :

- FRANCEAGRIMER. « [Évolution des achats de boissons alcoolisées par les ménages français entre 2008 et 2017](#) », étude publiée le 23 octobre 2019.
- STATISTA. « [Faits et chiffres - la consommation de bière et les brasseries en France](#) », publié le 12/01/2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ INSEE. « [Les dépenses des ménages en boissons depuis 1960](#) », Insee Première, n° 1794, 28 février 2020.

Les différents styles de bière

Parmi les styles de bière préférés des Français, la *lager* arrive en première position. C'est une bière surtout brassée par les grands groupes brassicoles qui nécessite un temps de fermentation plus long et des investissements plus importants pour sa fabrication. Mais parmi les cinq bières les plus vendues en supermarché en 2022, quatre étaient des bières de type *ale*, des bières à fermentation plus courte, très prisées par les microbrasseries, car elles nécessitent des investissements moindres.

Cependant, en France, le choix de la bière se fait le plus souvent par couleur et non par style de bière (*pale ale*, *porter*, *gueuze*, *schwarzbier*, etc.). Cette situation est due à la méconnaissance de cette classification par le grand public. Le style définit une recette, une origine historique ou géographique, des ingrédients

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

particuliers, que chaque brasseur combine pour donner naissance à des bières de caractère originales. Il n'y a plus, comme pour le vin, un style rattaché à une région géographique de production. Un style de bière peut en effet être brassé partout dans le monde grâce à l'évolution des techniques de production. Il existe cependant de nombreuses indications géographiques protégées (IGP) hors de France : *Münchener Bier*, *České pivo*, *Kölsch*, etc. ainsi que des spécialités traditionnelles garanties (STG) comme le lambic. Le choix de la description de la bière par la couleur a le mérite de la simplicité mais occulte totalement la palette gustative, les ingrédients et le mode de production.

La culture générale brassicole s'améliore toutefois grâce à l'essor de l'*India Pale Ale* (IPA). Cette dernière a séduit les palais des Français depuis une petite dizaine d'années et a fait découvrir aux consommateurs qu'il existait différents types de bières en plus des différentes couleurs.

Selon une enquête Ifop réalisée pour le compte de la société Chez Nicolas pour sa marque *Craft Beer*, les Français consomment moins de bière en général mais davantage de bières spéciales et de spécialités. Selon cette étude, 8 Français sur 10 se sont déjà sentis perdus devant un rayon de bières artisanales. D'où un besoin de conseil et de pédagogie de la part d'un expert à l'instar du vin pour 83 % du panel interrogé.

Il existe plusieurs classements de référence même si aucun n'est officiel : Beer Judge Certification Program (**BJCP**) ou celui de l'European Beer Consumer's Union (**EBCU**). Les liens ci-dessous vous permettront d'approfondir le sujet des différents styles.

Source : THE CONVERSATION. « [Pourquoi la bière n'a pas fini de se faire mousser](#) », article publié le 06/12/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ BRASSEURS DE FRANCE. « [Les types de bière](#) », contenu en ligne.
- ➔ LSA. « [Tout ce que vous devez savoir \(ou presque\) sur les bières](#) », article publié le 09/04/2022.
- ➔ PROJET AMERTUME. « [Liste des styles, sous-styles et familles](#) », blog en ligne.

La distribution de la bière en France

En France, il existe deux canaux de distribution principaux :

- La **distribution alimentaire** (grandes et moyennes surface ou GMS, *hard discount*, magasins de proximité, cavistes, etc.) qui représente 65 % des ventes.
- La **distribution hors foyer** (les bars, cafés, hôtels et restaurants, etc.) qui représente 35 % des ventes.

Pour alimenter ces différents canaux de distribution, il existe une multitude de distributeurs de bières en France. Certains sont liés à des industriels et distribuent toutes sortes de boissons. Avec l'essor des brasseries artisanales, certains distributeurs se sont spécialisés dans les bières *craft*. Pour les identifier, il suffit :

- De se rapprocher des syndicats professionnels (voir la rubrique « [Organismes professionnels](#) » en partie 7).
- De lire le chapitre « Les circuits de distribution » de l'ouvrage *La Bière en France* d'Emmanuel Gillard dans lequel vous trouverez une présentation de plusieurs distributeurs locaux indépendants spécialisés dans la bière.

Le choix du mode de distribution dépend notamment du positionnement de la brasserie et de sa capacité de production.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La distribution alimentaire en GMS et magasins de proximité

Personne n'a pu passer à côté de la montée en puissance des rayons consacrés à la bière, que ce soit en grandes et moyennes surfaces alimentaires (GMS) ou chez les cavistes. Ces rayons sont majoritairement alimentés par les grandes marques, mais la tendance du « consommer local » fait la part belle aux bières artisanales dans les rayons. À l'instar des « foires au vin », des « foires à la bière » sont désormais mises en place par de nombreuses enseignes. Cet essor améliore l'image de marque de la bière auprès du grand public et éduque le consommateur. Plus averti, ce dernier se tourne plus volontiers vers des bières de meilleure qualité.

Dans les caves à vins, la tendance est à l'agrandissement des rayons dévolus à la bière. Ainsi, le caviste Nicolas a inauguré, en 2019, un concept de magasin dédié à la bière artisanale adossé à une nouvelle marque **Craft Beers & Cie**. Dans l'ensemble, les cavistes ont développé leur rayon bière et proposent de nombreuses bières artisanales et locales.

En grande surface alimentaire (GSA), en 2022, le magazine LSA annonce un chiffre d'affaires de 4,68 milliards d'euros, en hausse de 0,2 % par rapport à 2021, mais le marché de la bière est en retrait en volume à - 2,6 %.

LES VENTES DE BIÈRES EN GSA EN FRANCE, 2022

TYPES DE PRODUIT	CHIFFRE D'AFFAIRES M€	ÉVOLUTION 2021/2022	
		EN MONTANT %	EN VOLUME %
Bières de spécialité (abbayes, microbrasseries, IPA, etc.)	2 100	- 0,7	+ 2,8
Bières blondes spéciales	1 990	+ 0,4	- 2,8
Bières de luxe	312	- 5,6	- 9,2
Panachés et bières sans alcool	267	+ 16,2	- 11,8

Source : Iri, tous circuits GSA, pour LSA.

La distribution hors foyer

En CHR, le brasseur n'interagit que rarement avec le point de vente. Il fait appel à un distributeur qui se charge la plupart du temps de la distribution des boissons. Celle-ci est assurée par trois types d'acteurs :

- Les distributeurs généralistes (qui distribuent les boissons, alcoolisées ou non) détenus par les brasseurs industriels tels que France Boissons qui appartient à Heineken ou House of Beer, filiale de Carlsberg.
- Les réseaux de distributeurs généralistes indépendants, tels que C10 ou Distriboissons.
- Les distributeurs purement indépendants.

Les grands distributeurs proposent des prestations en complément de leur accompagnement commercial, de la sélection et de l'acheminement des boissons, notamment des services techniques qui se concentrent sur l'installation et l'entretien du matériel de tirage. Ils effectuent la *sanitation* (nettoyage et désinfection) du matériel afin de s'assurer de la qualité de la bière servie au consommateur. Ils peuvent proposer du petit matériel de salle (tables, chaises, parasols, etc.), former à l'utilisation d'un tirage pression, apporter des recommandations sur l'organisation du point de vente et aider à l'élaboration de la carte de bières proposée par le débit de boissons. Les distributeurs peuvent aussi proposer des aides financières à l'installation et des accords de mise à disposition de matériel. Le « contrat de bière » ou le « contrat

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

brasseur » fait partie de ces services financiers qui peuvent être proposés. Le cafetier ou restaurateur s'engage parfois avec une clause d'exclusivité. De même, ils peuvent être contraints de commander des quantités minimales qu'ils s'engagent à écouler, au risque de subir des pénalités.

Dans l'ouvrage *Créer et développer sa microbrasserie*, un représentant d'un grand distributeur généraliste indique que sa société commence à envisager la distribution d'une brasserie à partir de 5 000 hectolitres de production annuelle environ et que, à ce niveau de production, la distribution ne peut se faire qu'à une échelle régionale.

Des distributeurs indépendants interviennent aussi à l'échelle régionale et pour certains à l'échelle nationale. Parmi ceux-ci, citons DBI (Distributeur des brasseurs indépendants), Gurubeer, Hello Craft Beer, IBU Distribution, la Compagnie des boissons vivantes, etc.

Afin de choisir quelles bières mettre à leur catalogue, les distributeurs spécialisés ont plusieurs moyens :

- les rencontres ou les recommandations personnelles ;
- le bouche-à-oreille ;
- les festivals et les salons ;
- des applications de notation des bières telles que Untappd, Ratebeer et BeerAdvocate ;
- le démarchage par les brasseries auprès du distributeur pour intégrer leur catalogue.

Les critères de sélection varient selon chaque distributeur. Outre les propriétés gustatives, la constance de la qualité de la bière et l'approvisionnement régulier de la brasserie sont essentiels pour assurer un référencement auprès de ces distributeurs spécialisés. Le distributeur en tant qu'intermédiaire, applique une marge sur les transactions pour assurer ses missions de transport, de logistique et de prospection commerciale auprès des revendeurs ou des CHR. Pour les brasseries, s'orienter vers un distributeur spécialisé permet, au-delà de s'épargner le casse-tête logistique, de pouvoir prendre une dimension régionale voire nationale, et d'intégrer une sélection déjà conçue et de toucher plus de clients.

Sources :

- BIÈRE MAGAZINE. « **DBI Distributeur de bières artisanales** », article publié dans le n°118, janvier 2023.
- FAURE OLIVIER, FRAMERY GEOFFROY. « **Créer et développer sa microbrasserie** », livre publié en 2019.
- GILLARD EMMANUEL. « **La Bière en France** », éditions Projet Amertume, livre électronique publié en 2023.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, février 2023, et auprès du SNBI en mars 2023.
- LSA. « **Tous les chiffres sur les bières et les panachés** », article publié le 07/02/2023.
- LSA. « **Cavistes : prime aux concepts mixant vin et bière** », article publié le 03/01/2019.

Les plateformes de vente en ligne

Parallèlement aux canaux traditionnels (distribution alimentaire en GMS, magasins de proximité et hors foyer), les sites de vente en ligne de bières *craft* se multiplient depuis une quinzaine d'années. Cela permet au consommateur d'avoir accès à des bières qui ne sont parfois référencées nulle part ailleurs que sur le lieu de production. Ces plateformes regroupent différentes brasseries notamment celles qui ne proposent pas de vente en ligne sur leur site ou qui n'ont pas de site Internet. Ces plateformes sont :

- Des places de marché ou *market place*, à considérer comme des vitrines pour les brasseries et dont l'objectif est de mettre en relation le client final et le brasseur. Elles se rémunèrent en prenant une commission sur les ventes. La brasserie se charge de l'expédition. Parmi elles : **Easybeer**, **Adopte un brasseur**, **La ruche qui dit oui**, etc.
- Des sites de revente de bières (bouteille, canette, fût) et accessoires. Par exemple : **Saveur Bière**, **Kraaft**, etc.

Source : GILLARD EMMANUEL. « **La Bière en France** », éditions Projet Amertume, livre électronique publié en 2023. Il y recense les acteurs du marché.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La vente sur place à la brasserie ou en *click and collect*

Contrairement aux ventes avec livraison, le *click and collect* est pratique puisque le client final commande sur Internet ou par téléphone et vient récupérer son achat directement à la brasserie ou dans un point de retrait à proximité de la brasserie.

Pour pouvoir effectuer de la vente à emporter au sein de la brasserie, il faudra faire la demande d'une « petite licence à emporter » auprès de la mairie (voir la partie 6 « **Règles de la profession** »). Cette dernière permet à un établissement de vendre des boissons alcoolisées du 3^e groupe. Les boissons fermentées mais non distillées, telles que la bière, en font partie. Il est important de noter que cette licence vise seulement les ventes à emporter. Ces solutions de vente directe auprès du consommateur ont plusieurs mérites, dont celui de supprimer les intermédiaires et de donner la possibilité au professionnel d'échanger avec son client pour avoir un retour sur ses dégustations et mieux le fidéliser.

Source : MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « **Comment obtenir une licence de débit de boissons ?** », rubrique en ligne.

Tendances du secteur

Le développement des bières sans alcool

Sur le marché des boissons sans alcool, la bière connaît un grand succès. En France, la dénomination « bière sans alcool » est réservée à la bière qui présente un titre alcoométrique acquis inférieur ou égal à 1,2 % en volume. Cette législation peut surprendre. Les groupes industriels ont multiplié les innovations et ont mis sur le marché des produits réellement sans alcool et ils le spécifient sur leurs produits. Ainsi, il existe dans le commerce de la Carlsberg 0.0, de l'Heineken 0.0 ou encore de la Leffe Blonde 0.0. Les brasseries artisanales sont également présentes sur ce segment. Le blog Les ami.e.s de la bière développe les différents procédés qui permettent d'obtenir une bière sans alcool.

Plusieurs facteurs expliquent le développement de ce segment. Entre les personnes qui souhaitent modérer leur consommation d'alcool, celles qui ne peuvent pas en boire, ou celles qui doivent ensuite prendre le volant, les raisons de se tourner vers ces produits sans alcool sont de plus en plus nombreuses. Même si elles ne représentent que 3,7 % du marché total des bières en valeur, leur progression a été de + 147 % ces cinq dernières années.

Cette tendance de consommation se retrouve dans tous les segments de boissons alcoolisées. Une étude réalisée en 2020 par le cabinet IWSR montrait que le segment des boissons dites « *nolo* » (« *no alcohol, low alcohol* ») affichait une hausse des ventes de + 20 % en France entre 2017 et 2018, et de + 30 % entre 2018 et 2019.

En volume, les ventes de bières sans alcool en 2022 ont progressé de + 16,4 % par rapport à l'année précédente, tous circuits confondus en grande distribution, pour atteindre 5,3 % du marché en France, soit 83 millions de litres.

Certaines brasseries artisanales se spécialisent dans la bière sans alcool comme la brasserie Edmond ou encore le Petit Béret. Pour les microbrasseries, les investissements nécessaires pour produire de la bière sans alcool étant importants, elles se concentrent plutôt sur la production de bières à faible teneur en alcool.

À ce jour, il existe déjà quatre boutiques entièrement consacrées au « sans alcool » en France. Deux sont situées à Paris, une est implantée en région bordelaise et une autre s'est installée en Guadeloupe. Ainsi, La Cave du paon qui boit, première boutique *nolo* parisienne, proposait à son ouverture en 2022 pas moins de 400 références de boissons sans alcool, des versions *soft* de boissons alcoolisées comme la

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

bière, le vin, mais aussi 150 boissons qui n'ont rien à voir avec l'alcool. Un projet de cave similaire est en cours de montage à Nantes avec, dès l'ouverture, 350 références de boissons sans alcool.

Sources :

- LE FIGARO. « [La bière véritablement sans alcool fait son entrée sur le marché](#) », article publié le 11/11/2022.
- LE PARISIEN. « ["Dry January" : vins, cocktails, bières... le business des boissons sans alcool surfe sur le défi de janvier](#) », article publié le 05/01/2023.
- LE PARISIEN. « [Les boissons sans alcool, en plein essor, ont leur caverne d'Ali Baba à Paris](#) », article publié le 22/10/2022.
- LSA. « [Toutes les brasseries indépendantes misent sur la bière sans alcool](#) », article publié le 05/03/2022.
- RAYON BOISSONS. « [Le chiffre du jour : 5,3 % de part de marché pour les sans alcool en 2022](#) », article publié le 24/01/2023.
- SYNDICAT DES CAVISTES PROFESSIONNELS. « [La tendance "nolo" chez BBC Spirits](#) », article publié le 01/07/2021. Il reprend les chiffres de l'étude du cabinet IWSR.

Pour en savoir plus :

- ➔ CLUB DES AMI.E.S DE LA BIÈRE. « [Les bières "craft" sans alcool en France](#) », blog en ligne. Il recense les bières artisanales en France et explique les différents modes de production.

La consommation de produits locaux en hausse

Selon une étude du cabinet d'études Iri portant sur 2022, les produits locaux pèsent 2,2 % en moyenne dans l'offre de produits de grande consommation/frais et libre-service (PGC/LS), un marché estimé à 500 millions d'euros. La catégorie des bières et cidres représente 5,1 % du chiffre d'affaires réalisé sur les produits locaux.

Ainsi, 57 % du panel de l'Iri se dit en attente de cave à bières locales dans les magasins qu'ils fréquentent. Pour entrer dans les linéaires de ces points de vente, en magasin indépendant ou en GMS, il vous faudra prospecter vous-même ou vous rapprocher d'un distributeur de bières artisanales de votre région d'implantation. L'ensemble des régions sont pourvues de sociétés de distribution locales spécialisées dans la bière artisanale (voir la rubrique « [La distribution de la bière en France](#) »).

En proximité, différents modes de distribution sont à envisager pour **vendre sa production sans intermédiaire**. Ce qui, outre un meilleur profit, permet d'avoir un retour du client et de le fidéliser. Ces différents modes de distribution sont :

- vendre directement à la brasserie ;
- développer le *click and collect* ;
- proposer le *drive* ;
- livrer les produits aux clients et aux points de vente ;
- vendre sur les marchés ;
- intégrer les produits dans les paniers hebdomadaires des cultivateurs ou des Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (Amap) de proximité.

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Sonia Rigal, déléguée générale du SNBI, en mars 2023 et d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, en février 2023.
- LSA. « [Les produits locaux, un marché à 500 M€, selon Iri](#) », article publié le 07/10/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ FONDATION JEAN JAURES. « [La consommation de produits locaux : de l'héritage à la richesse productive](#) », note publiée le 20/01/2023.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Brewpub, taproom : goûter sur place la bière produite

Pour proposer une expérience à leurs clients, recevoir leurs avis et suggestions sur les produits, éviter les intermédiaires et augmenter leurs marges, nombre de microbrasseries sont devenues des lieux de consommation, ouvrant des bars et brassant sur place.

La vente directe, sans intermédiaire, est évidemment le circuit de distribution le plus avantageux avec des marges plus importantes, sans compter l'économie faite sur l'embouteillage. En plus de cet avantage financier, le fait de fidéliser ses clients et d'avoir leur retour sur la qualité et le goût du produit fabriqué sont très importants.

Proposer la dégustation ou la consommation sur place implique de demander une licence de débit de boisson de 3^e catégorie à la mairie du lieu d'activité (voir la partie 6 « [Règles de la profession](#) »).

Ces **brewpubs**, lieux où l'on brasse, vend et consomme de la bière sur place, ont le vent en poupe. Emmanuel Gillard en a dénombré 157 dans l'Hexagone fin 2022. Le concept n'est pas nouveau en France. En 1986, l'établissement Les trois brasseurs a été créé à Lille et est devenu depuis lors une franchise de *brewpubs*. L'enseigne compte 56 établissements dont 51 en France métropolitaine. La chaîne Frogbeer a aussi développé ce concept de brassage et dégustation sur place. Ces concepts de *brewpubs* proposent un service de restauration.

Outre les *brewpubs*, se multiplient également les **taprooms** depuis le début des années 2020. Ce sont des salles de dégustation attenantes au lieu de production. S'il ne s'agit pas du seul endroit où la brasserie commercialise ses produits, il n'en demeure pas moins que ce mode de distribution directe permet d'avoir un retour immédiat du consommateur, voire d'en faire un lieu d'expérimentation sur de petits brassins afin de tester des recettes.

Mais ce choix d'en faire un lieu de dégustation a un impact sur la sélection de l'implantation, car il faut drainer des consommateurs ; il a aussi des conséquences sur le rythme de travail, car ces établissements nécessitent une ouverture les soirs et en fin de semaine.

Sources :

- FAURE OLIVIER, FRAMERY GEOFFROY. « [Créer et développer sa microbrasserie](#) », éditions Eyrolles, livre publié en 2019.
- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », éditions Projet Amertume, livre électronique publié en 2023.
- L'OBS. « [La bière artisanale se met à la pression](#) », article publié le 02/05/2018.
- MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « [Comment obtenir une licence de débit de boissons ?](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

➔ PROPULSE BY CA. « [Rencontre avec Félix, tenancier du "brewpub" La Feloni](#) », interview publiée le 19/09/2022.

L'apparition de la zythologie ou biérologie

Le mot « zythologie » vient du grec « *zythos* » qui signifie vin d'orge et de « *logos* », la parole. Il s'agit de l'étude de la bière dans son ensemble, de la conception à la dégustation en passant par l'élaboration. Tout comme l'œnologue pour le vin, le zythologue est le professionnel de la dégustation des bières et des techniques brassicoles. Il connaît les accords de saveurs, les températures de service, la forme des verres à utiliser selon le type de bière.

Les Français s'inscrivent davantage dans une démarche de dégustation de la bière que d'autres consommateurs européens. Ainsi, un Français consommera plutôt un galopin ou un demi quand un Allemand ou un Anglais consommeront une pinte. Autre preuve de l'intérêt des Français pour la dégustation : de plus en plus de restaurateurs s'intéressent aux accords mets/bières et proposent une variété de bières plus grande dans leur carte des boissons.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le métier de zythologue se développe en France avec des cursus de formation. Les prestations que peut proposer un zythologue aux particuliers ou aux professionnels de la bière, sont, par exemple :

- des formations pour les personnes du milieu brassicole (cavistes, barmen, élèves de CFA, etc.) ;
- l'organisation de dîners avec accords mets et bières ;
- des ateliers de dégustation dans des bars, des restaurants, ou lors de festivals ;
- l'animation de conférences ;
- la co-crédation de fiche de dégustation avec des brasseurs.

Sources :

- BIÈRE MAGAZINE. « [Marie-Emmanuelle Berdah, zythologue aux projets plein la tête](#) », article publié dans le n°118, janvier 2023.
- BIÈRE MAGAZINE. « [Le plaisir de l'alliance de la bière et du fromage](#) », article publié dans le n°117, octobre 2022.
- BIÈRE MAGAZINE. « [Alexandra Berry, exploratrice du monde de la bière](#) », article publié dans le n°116, juillet 2022.
- LA REVUE DU VIN DE FRANCE. « [Comment réussir ses accords mets et bières ?](#) », article publié le 03/09/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ BIÈRE MAGAZINE. « [Devenez zythologue ou brasseur !](#) » article publié dans le n°114, janvier 2022.
- ➔ BRASSEURS DE FRANCE. « [Formations en biérologie](#) », liste des formations en France et à l'international accessible sur le site.
- ➔ PROJET AMERTUME. « [Dégustation](#) », divers contenus en ligne traitent de la conservation, des techniques de dégustation, des accords bières et mets, des tests de connaissances, etc.

Le tourisme brassicole

Les consommateurs sont curieux à l'idée de connaître les coulisses de fabrication des produits qu'ils consomment. Le tourisme brassicole répond ainsi à leurs attentes. Le développement des brasseries artisanales sur le territoire a fait émerger une nouvelle offre touristique autour de la bière. Un véritable écosystème se met en place sur le modèle de l'œnotourisme. L'offre peut prendre différentes formes : circuits de visites de brasseries, routes de la bière, jeux de piste, rallyes, festivals, animations, partenariats avec des bars, des restaurants, etc.

Quelques initiatives :

- Les Brasseurs de France ont créé un évènement annuel autour du tourisme brassicole « [La moisson des brasseurs](#) » et mis en place le site « [Bière-tourisme.fr](#) » qui facilite la localisation des brasseries sur le territoire.
- Le SNBI a créé une carte interactive de ses brasseries adhérentes sur toute la France « [Destination-brasseries.fr](#) ».
- L'agence [L'Echappée Bière](#), spécialisée dans le tourisme brassicole en France et en Belgique depuis 2013, recense sur son site de nombreuses activités, voyages, et séjours autour de la bière. Elle anime également le média « [Route-Bière.com](#) » qui propose diverses expériences et guides géographiques sur cette même thématique.
- Les régions qui mettent en valeur leur patrimoine autour de la bière, comme les Hauts-de-France qui porte un projet de [Cité de la bière](#).

Clientèle

D'un côté, la France est le pays d'Europe qui abrite le plus grand nombre de brasseries artisanales. Paradoxalement, les Français consomment bien moins de bières que leurs voisins. Dans le même temps, ils ont tendance à rechercher des saveurs originales ou particulières. Locale, bio, artisanale, sans alcool, etc., la bière accompagne toutes les tendances de consommation des Français. Et ces derniers ont des connaissances de plus en plus poussées sur la bière.

Qui sont les consommateurs ?

L'agence Sowine publie chaque année une étude sur les habitudes de consommation des Français en matière de vin, de bière et de spiritueux :

- Sur le podium des boissons alcoolisées préférées des Français, se place en tête la bière pour 56 % du panel, le vin pour 55 %, suivi du champagne pour 37 %.
- Tandis que 55 % du panel s'estiment néophytes en matière de bière, 39 % considèrent être des amateurs éclairés et 7 % des connaisseurs et experts.

La bière est consommée :

- en famille pour 41 % ;
- entre amis pour 44 % ;
- en solitaire pour 14 %.

Le type de bière consommée concerne :

- de la bière locale pour 60 % ;
- de la bière importée pour 51 % ;
- de la bière *craft* ou artisanale pour 46 % ;
- de la bière industrielle pour 41 %.

La catégorie de bière consommée est :

- blonde pour 97 % ;
- blanche pour 83 % ;
- ambrée pour 76 % ;
- brune pour 72 % ;
- IPA pour 46 % ;
- *sour* pour 32 %.

Source : SOWINE. « **Les comportements des consommateurs de vins et spiritueux en France** », étude publiée en mars 2023.

En France, la consommation de vin chute pour toutes les classes d'âge, avec une ampleur particulière chez les 18-35 ans qui se tournent de plus en plus vers la bière et les spiritueux. En 2021, la bière a représenté 39 % des achats de boissons alcoolisées des moins de 35 ans, contre 27 % pour les vins tranquilles et les effervescents. Selon le moment de consommation, les jeunes ne vont pas allouer le même budget à la bière. Cette préférence des moins de 35 ans pour la bière est illustrée dans le tableau ci-dessous issu de l'étude FranceAgrimer.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

RÉPARTITION DES VOLUMES D'ACHAT PAR TYPE DE BOISSON ALCOOLISÉE*, SELON L'ÂGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS DU MÉNAGE, MOYENNE 2015-2017

EN %	MOINS DE 35 ANS	DE 35 À 49 ANS	DE 50 À 64 ANS	65 ANS OU PLUS
Vin tranquille	23	34	50	59
Spiritueux	11	11	9	9
Bière	57	45	31	23
Vin effervescent	5	5	6	5
Produit intermédiaire**	4	4	4	5

* Hors cidre.

** Apéritifs à base de vin et vins doux naturels.

Note de lecture : les données ne prennent pas en compte les achats pour une consommation hors domicile (CHD), à savoir, ni les achats des ménages effectués dans le circuit des cafés-hôtels-restaurants (CHR) ; ni les achats des ménages réalisés en vacances ou pour leur résidence secondaire.

Source : Kantar Worldpanel. Estimations FranceAgriMer.

Sources :

- CNIV – VIN & SOCIÉTÉ. « **Déconsommation de vin : la filière alerte sur la menace d'un grand plan social de la viticulture française** », communiqué de presse publié le 15/12/2022
- FRANCEAGRIMER. « **Évolution des achats de boissons alcoolisées par les ménages français entre 2008 et 2017** », étude publiée le 23 octobre 2019.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Sonia Rigal, déléguée générale du SNBI, en mars 2023.

Les circuits de vente de la bière en France

Les deux circuits de vente de la bière sont la vente à emporter, dont les canaux de la distribution alimentaire (65 %), et la vente en cafés-hôtels-restaurants ou CHR (35 %).

La consommation de bière à emporter

La consommation de bière en France est en augmentation puisqu'elle représente 35 % des achats d'alcools en volume en 2015-2017 contre 29 % en 2008-2010 (dernières données disponibles). Cette hausse se traduit également en valeur avec des dépenses annuelles représentant 17 % du budget alcool des ménages en 2015-2017 contre 12 % en 2008-2010. Le segment « bière » a également gagné de nouveaux clients entre 2008 et 2017, le taux de ménages acheteurs étant passé de 75 % à 80 %.

Cette progression fait écho à l'engouement récent pour la bière, notamment artisanale et régionale, une tendance forte qui s'est traduite par l'envolée des créations de brasseries artisanales et de microbrasseries sur la période observée par FranceAgriMer.

Le prix de la bière a augmenté en grande partie sous l'effet de la hausse de la taxation survenue le 1^{er} janvier 2013, et coïncide avec l'augmentation substantielle de l'indice des prix entre 2012 et 2013. La progression du prix moyen d'achat pourrait également être liée à la montée en gamme de la bière, avec le développement de références locales et artisanales très prisées.

En matière de dépenses, les jeunes ménages (moins de 35 ans) payent légèrement plus cher leur bière que leurs aînés, tout en consommant de plus en plus : la quantité moyenne achetée annuellement par un ménage français a augmenté de 40 % dans cette tranche d'âge entre 2015 et 2017, contre + 14 % pour l'ensemble des ménages. En moyenne, sur la même période, les ménages de moins de 35 ans ont

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

dépensé 2,40 euros pour un litre de bière, contre 2,30 euros chez les 35-49 ans et 2,08 euros chez les 50 ans ou plus. Ce léger surcoût (9 % de plus par rapport à la moyenne tous ménages confondus) est sans doute lié à l'engouement pour les bières spéciales (régionales, artisanales, etc.).

Source : FRANCEAGRIMER. « [Évolution des achats de boissons alcoolisées par les ménages français entre 2008 et 2017](#) », étude publiée le 23 octobre 2019.

La consommation de bière sur place, dans les cafés-hôtels-restaurants (CHR)

Les ventes de bière dans les CHR représentent 35 % des ventes totales. En 2021, selon le cabinet CGA, le secteur français de la consommation de boissons sur place montre des signes positifs de reprise alors que les consommateurs augmentent la fréquence de leurs expériences de consommation hors foyer. La reprise du marché est répartie entre les catégories de boissons. Après l'arrêt de l'activité économique de 2020, les ventes sont reparties dès 2021 pour atteindre les deux tiers de 2019.

La bière n'a pas perdu de part de marché globale (sur place et à emporter), mais la reprise a été plus lente dans le secteur CHR depuis que les consommateurs ont recommencé à fréquenter les établissements et à consommer sur place. Près de la moitié (46 %) de tous les buveurs de bière consomment des bières artisanales dans les circuits sur place et cette catégorie est particulièrement florissante sur le marché de la nuit. Les consommateurs sont à la recherche d'expériences qui leur manquaient et comme les consommateurs de bière artisanale sont plus susceptibles de tester de nouvelles marques que les consommateurs de bière traditionnelle, les fournisseurs de bière artisanale ont l'occasion d'encourager l'essai des marques.

NielsenIQ a mesuré, en 2022, les comportements des consommateurs qui testent des boissons sur le circuit hors domicile : 76 % déclarent que si une boisson découverte dans un café, un bar ou restaurant leur a plu, ils seront prêts par la suite à l'acheter pour la déguster chez eux. Les lieux de consommation hors domicile sont donc des lieux prescripteurs.

Mais les brasseurs indépendants peinent à décrocher des contrats dans les cafés ou les restaurants pour pouvoir servir leur bière. Plusieurs motifs sont en cause :

- Le volume produit par la microbrasserie ou la brasserie artisanale doit être suffisant pour répondre aux besoins des CHR.
- Les bières doivent être stables et la qualité du produit constante.
- La multiplication des « contrats de brasseurs ». En effet, les grands brasseurs industriels aident les cafetiers et certains restaurateurs à s'installer (tables, parasols, aides au financement du projet, etc.) et, en contrepartie, ces derniers s'engagent sur des volumes parfois importants d'approvisionnement en bière pendant cinq ans. Certains contrats prévoient même une exclusivité des marques distribuées dans l'établissement.

Sources :

- CGA. « [L'On Premise français est prêt pour une bonne année 2022, grâce à la reprise des ventes de boissons](#) », communiqué publié le 31/05/2022.
- NÉORESTAURATION. « [Elisabeth Pierre, fondatrice de Bierissima : "Avoir au moins 5 types de bières à la carte"](#) », interview publiée le 26/01/2022.
- RAYON BOISSONS. « [Le circuit hors domicile encore convalescent mais toujours prescripteur](#) », article publié le 02/02/2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ LES ÉCHOS. « [Comment les brasseurs indépendants veulent conquérir les cafés](#) », article publié le 22/05/2019.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le service Veille Artisanat des Chambres de métiers et de l'artisanat (CMA France) met à disposition une **veille d'actualités** sur les métiers de l'artisanat. Un filtre par région permet d'affiner sa recherche. Un service **d'alertes quotidiennes ou hebdomadaires**, récapitulatif des nouveautés publiées, est disponible.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFiP) du ministère de l'Économie des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

Concurrence

La concurrence pour la brasserie *craft* et la microbrasserie vient des grosses brasseries artisanales et des brasseries industrielles. Ces dernières sont en mesure de brasser un volume suffisant de bière pour satisfaire les commandes des gros clients (chaînes de cafés, de restauration, GMS, *etc.*) en couvrant l'ensemble du territoire. Elles ne seraient pas plus d'une dizaine en France qui produiraient plus de 90 % du volume de bière. Plus de 2 000 brasseries produiraient les quelque 10 % restants.

NielsenIQ a mesuré, en 2022, les comportements des consommateurs qui testent des boissons sur le circuit hors domicile. Les trois quarts d'entre eux déclarent que si une boisson découverte dans un café, un bar ou restaurant leur a plu, ils seraient prêts par la suite à l'acheter pour la déguster chez eux. **Les lieux de consommation hors domicile sont donc des lieux prescripteurs.** Mais les brasseurs indépendants peinent à décrocher des contrats dans un café ou un restaurant pour pouvoir servir leur bière à la pression. En Angleterre, les pubs ont toujours « un bec » dédié à une bière locale.

Pour 2022, le cabinet Iri a listé un top 10 des marques vendues en GMS, qui représentent, à elles seules, plus de 60 % du marché.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

TOP 10 DES MARQUES VENDUES EN GMS EN FRANCE, 2022

MARQUES	PART DE MARCHÉ %	ÉVOLUTION 2021/2022 %	VOLUME Khl
Heineken	14,1	- 0,6	2 368
Leffe	11,0	- 0,3	1 842
1664	9,6	+ 0,5	1 614
Desperados	8,9	+ 0,1	1 494
Kronenbourg	7,2	0,0	1 207
Grimbergen	4,5	+ 0,2	754
Tourtel Twist	2,5	+ 0,4	425
Affligem	2,3	- 0,1	383
Pelforth	2,1	+ 0,2	354
Budweiser	1,6	+ 0,2	270

Source : Iri, 2022.

Sources :

- LES ÉCHOS. « [La réinvention du pub anglais](#) », article publié le 27/04/2018.
- LSA. « [Voici le top 10 des marques de bières 2022](#) », article publié le 21/02/2023.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, en février 2023.
- RAYON BOISSONS. « [Le circuit hors domicile encore convalescent mais toujours prescripteur](#) », article publié le 20/02/2023.

Principales entreprises

La majeure partie du marché de la bière en France est détenu par trois grands acteurs internationaux :

- Carlsberg (Kronenbourg, Kanterbräu, 1664, Tourtel Twist) ;
- Heineken (Buckler, Pelforth, Adelscott, Fischer, Desperados...) ;
- InBev France (Stella Artois, Jupiler, Leffe, Hoegaarden).

Deux annuaires recensent les brasseries artisanales. Lors de la création de votre entreprise, pensez à les contacter et à vous faire référencer :

- « [La Bière en France](#) » d'Emmanuel Gillard présente les lieux de production de bière, région par région, et précise s'ils produisent eux-mêmes ou non l'orge, le houblon. L'ouvrage spécifie si la brasserie est située au sein d'une exploitation agricole, si le brasseur malte lui-même ses céréales, si la gamme produite est certifiée bio et s'il existe une offre de restauration sur place. Il indique aussi, entre autres, le volume de la production annuelle.
- « [Le Rigal de la bière](#) » de Sonia Rigal, présente les brasseries artisanales et régionales dont la production est inférieure à 200 000 hectolitres. Cette base documentaire fait une présentation de la brasserie et des producteurs et détaille la capacité de brassage. Elle précise la production, les modes de commercialisation et fournit des informations pratiques.

Communication

Pour travailler la notoriété et l'image de votre brasserie, différents vecteurs de communication sont envisageables. Avant de vous lancer, ayez en tête que les dépenses à prévoir doivent rester mesurées et que certaines actions, notamment sur les réseaux sociaux, peuvent être chronophages. Plus important encore, la bière est une boisson alcoolisée et, à ce titre, sa promotion est très encadrée.

LA PUBLICITÉ DE LA BIÈRE EST RÉGLEMENTÉE

La bière étant une boisson alcoolisée, sa publicité est soumise à réglementation spécifique.

La loi **91-32** du 10 janvier 1991, dite loi Évin, reprise aux articles **L3323-2** et suivants du Code de la santé publique, qui encadre notamment la publicité sur l'alcool, a été modifiée à plusieurs reprises afin de permettre des actions de publicité collective.

La publicité pour les boissons alcooliques est, sous certaines conditions (article **L3323-2** du Code de la santé publique), autorisée, notamment *via* la presse écrite, la radio, les affiches et enseignes ou les catalogues et brochures de professionnels.

La loi **2009-879** du 21 juillet 2009 a ajouté à cette liste la publicité *via* les services de communication en ligne (digital) à l'exclusion de ceux destinés à la jeunesse ou édictés par des associations, sociétés et fédérations sportives ou ligues professionnelles.

La publicité pour les boissons alcooliques, quel que soit le support, doit respecter un certain nombre de critères, particulièrement en termes de contenu et être assortie d'un message sanitaire. Les détails en sont spécifiés dans l'article **L3323-4** du Code de la santé publique.

Pour en savoir plus :

- ➔ AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ.
« **Recommandation alcool** », contenu en ligne.
- ➔ BRASSEURS DE FRANCE. « **Loi Évin mode d'emploi** », formation en ligne gratuite qui permet de parcourir l'essentiel des dispositions encadrant la communication des boissons alcoolisées.
- ➔ BRASSEURS DE FRANCE. « **Loi Évin, avoir les bons réflexes en matière de publicité** », vidéo animée par la responsable juridique du syndicat qui explique quels sont les messages et les supports de communication autorisés et interdits, Salon du brasseur, octobre 2022.

La communication classique

Le nom de la marque commerciale de votre bière sera le premier outil de communication, il faut le choisir soigneusement dans le respect de la réglementation. En général, ce nom s'accompagne d'un slogan, qui doit expliciter à qui s'adressent les produits, quelles sont les valeurs de la brasserie, quelle est la promesse pour le consommateur ?

Vous devrez ensuite faire connaître votre brasserie selon les voies classiques autorisées par la réglementation : publicité, carte de visite, prospectus commercial (*flyer*), sous-bocks pour une distribution à vos clients. L'inauguration de votre brasserie et un véhicule personnalisé au nom de l'entreprise sont aussi de bons moyens de communiquer.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Il ne faut surtout pas négliger l'identité visuelle qui comprend, outre le nom, le logo et la charte graphique. Il est préférable de faire appel à une agence spécialisée pour concevoir cette identité visuelle et réaliser les différents supports. Cette charte graphique qui sera reprise sur les étiquettes retranscrit votre ADN. C'est le premier vecteur de communication de votre brasserie.

La période des travaux dans la brasserie peut être propice à la communication en local avec les futurs prescripteurs que sont les autres commerçants, les associations locales... Cela peut être, pourquoi pas, l'occasion de leur faire visiter le chantier. Il ne faut pas hésiter à attiser la curiosité ! Lors de l'inauguration de votre brasserie, pensez à inviter ces prescripteurs ainsi que les influenceurs et décideurs locaux.

La communication digitale

La communication digitale prend de l'ampleur dans le domaine de l'artisanat alimentaire. Un **site Internet** en propre constitue la vitrine de l'entreprise. Il présente, au-delà des produits et des offres promotionnelles, le parcours du brasseur ou de la brasseuse, les coordonnées et l'historique de l'entreprise. Là aussi, il faut prendre connaissance des dispositions réglementaires vis-à-vis de l'alcool qui vont régir ce que vous pouvez et ne pouvez pas faire en matière de communication digitale.

Un compte sur les **réseaux sociaux** peut venir en complément. Une présence active sur les réseaux sociaux, en particulier sur Instagram, est conseillée. Elle vous permettra de présenter l'actualité de votre brasserie, ses moments de vie ainsi que les éventuels concours auxquels vous participez. Découvrir les coulisses des brasseries plaît beaucoup aux utilisateurs des réseaux sociaux. Il s'agit d'un moyen simple et peu onéreux pour toucher un grand nombre de personnes ! Cela nécessite cependant de publier régulièrement des *news*. Il faut donc y consacrer du temps pour que ce soit efficace.

Dans le cadre de la **stratégie marketing digital**, la publication d'une *newsletter* peut s'avérer un bon vecteur de communication. Pour cela, il faut se doter d'un fichier client, contenant *a minima* leurs adresses emails pour envoyer, 2 ou 3 fois par an, des informations exceptionnelles (nouveaux produits, série limitée, promotions, événements, etc.) de façon à rester dans leur esprit.

GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du Règlement général sur la protection des données (RGPD) visant à la protection de la vie privée.

De plus, le consentement de la personne est systématiquement requis pour réaliser de la prospection commerciale par courriel. Ce consentement doit être libre, spécifique, éclairé et univoque.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Me mettre en conformité avec le RGPD (Cnil)** », rubrique en ligne.
- CNIL. « **Conformité RGPD : comment recueillir le consentement des personnes ?** » et « **RGPD : par où commencer** », rubriques en ligne.

L'événementiel

Il existe de nombreuses possibilités pour gagner en notoriété à travers des événements variés tels que :

- des concours ;
- des salons ou marchés locaux liés à l'artisanat alimentaire ou dédiés à la bière ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- des événements culturels (festivals, etc.) ;
- des marchés de Noël ;
- des présentations au sein de comités d'entreprise ;
- des dégustations lors d'événements privés.

Lorsque la fréquence de ces animations est soutenue, certains brasseurs investissent dans un « bière truck » et sillonnent leur département ou leur région pour se faire connaître, faire découvrir et vendre leurs produits.

Sources :

- EXPERTISE BIÈRE CONSEIL. « **Brasserie : développer son image de marque. Pourquoi, comment ?** », rubrique publiée le 03/10/2022.
- FAURE OLIVIER, FRAMERY GEOFFROY. « **Créer et développer sa microbrasserie** », éditions Eyrolles, livre publié en 2019.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Pour envisager les moyens dont vous allez avoir besoin pour démarrer l'activité, il est nécessaire d'avoir les idées claires sur votre positionnement, votre cible et vos objectifs de production. Le syndicat Brasseurs de France liste les « [10 questions à se poser avant de devenir brasseur](#) ».

Ressources humaines

Recrutement

La plupart des microbrasseries démarrent sans salarié et sont portées par des personnes passionnées ou en reconversion. Il faut alors être capable d'une certaine polyvalence puisque le travail dans une microbrasserie ne s'arrête pas au brassage. La mise en bouteille, l'étiquetage, la vente, la communication... constituent des étapes importantes également.

Les brasseries indépendantes en France et en outre-mer représentent 6 800 emplois directs, soit 80 % des emplois de la filière brassicole, selon le SNBI.

Pour recruter :

- le site « [brewjob](#) » recense les offres d'emploi dans le secteur brassicole.
- les membres de Brasseurs de France peuvent déposer leurs offres sur la page dédiée aux [offres d'emploi](#).

Formations

Aucun diplôme n'est exigé pour créer une brasserie artisanale. Néanmoins, personne ne s'improvise brasseur. Il est indispensable de se former ou, *a minima*, d'effectuer un ou plusieurs stages auprès d'un professionnel afin d'acquérir les connaissances pratiques et théoriques de base.

En avril 2023, une nouvelle certification professionnelle « [Brasseur](#) » de niveau 3 (équivalent à un CAP/BEP) portée par CMA France, Brasseurs de France et le SNBI a été enregistrée au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP). La formation se déroule en 7 semaines avec 3 fois 1 semaine de cours théoriques et 2 fois 2 semaines de pratique dans une brasserie ayant 3 ans au moins d'activité.

À titre d'exemple, voici quelques centres de formation. Les quatre premiers établissements étant, à ce jour, labellisés par CMA France pour dispenser le cursus du titre « Brasseur » :

- Le lycée Biotech de Douai-Wagnonville ([CFPPA](#)) à Douai (59).
- L'École nationale d'industrie laitière bio ([Enilbio](#)) à Poligny (39) dispense plusieurs formations sur la fabrication de la bière.
- L'Institut français des boissons, de la brasserie et de la malterie ([IFBM](#)) à Nancy (54) propose différentes formations et séminaires thématiques personnalisables en fonction des besoins de l'entrepreneur.
- [Brew Society](#) à Rouen (76) dispense plusieurs formations en brassage de bière et zythologie.
- L'université de la Rochelle prépare au [DU d'opérateur de brasserie](#) (140 heures réparties sur 4 semaines consécutives).

Certaines brasseries sont également agréées en tant qu'organisme de formation et peuvent dispenser des formations de brassage. D'autres proposent des stages de brassage ou des sessions de brassins pédagogiques (méthode d'apprentissage avec mise en pratique).

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Sources :

- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », éditions Projet Amertume, livre électronique publié en 2023.
- LE MONDE. « [Pour devenir brasseur de bière en France, les places sont chères](#) », article publié le 27/04/2022.
- SNBI. « [Le "Titre de brasseur" inscrit officiellement au RNCP !](#) », communiqué publié en avril 2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ BIÈRE MAGAZINE. « [Devenez zythologue ou brasseur !](#) » article publié dans le n°114, janvier 2022. Il présente différents circuits de formation pour devenir brasseur.

Convention collective

La convention collective nationale applicable est la [Convention collective des activités de production des eaux embouteillées et boissons rafraîchissantes sans alcool et de bière](#), du 1^{er} septembre 2010. Cette convention a été étendue par arrêté du 30 mai 2012 (Journal officiel du 6 juin 2012).

Pour en savoir plus :

- ➔ Toute convention est disponible au [Journal officiel](#) et consultable sur le site de [Légifrance](#).

Locaux

Lors du choix du local, il est important de dimensionner correctement les espaces de production en fonction du volume de production envisagé et du stockage nécessaire. Emmanuel Gillard conseille de prévoir dès le démarrage un espace suffisant pour l'installation de fermenteurs supplémentaires et de ne pas sous-dimensionner le local et le matériel sous peine d'avoir à en changer rapidement.

Il faut également prévoir dès le début la possibilité de faire de la vente directe, du *click and collect*, ainsi que la mise en place d'une *taproom* ou d'un *brewpub*. Tout cela peut modifier le type d'emplacement, le volume et la surface nécessaires ainsi que la localisation.

Dès que vous ciblez un local qui vous convient, rendez-vous à la mairie pour vérifier avant de signer le bail que l'activité brassicole, et celle de débit de boissons sur place le cas échéant (bar, *brewpub*, *taproom*), sont bien autorisées à l'endroit souhaité. La configuration du local doit être compatible avec les règles d'agrément d'un entrepôt fiscal définies par la réglementation douanière (voir la rubrique « [Conditions d'installation](#) » en partie 6 pour lister les points à vérifier et valider en mairie et avec le bureau des douanes).

Équipement – Investissement de départ

Matériel de production

L'équipement nécessaire pour créer une brasserie est assez important, **un investissement conséquent doit être fait dès le départ**. Ceux qui démarrent avec du matériel bricolé ou qui voient trop petit se sentent vite à l'étroit. Ils ont alors besoin de réinjecter des fonds rapidement après le démarrage, car ils ne sont pas en mesure de répondre à la demande.

Il est donc important de réfléchir à la globalité du projet, de calibrer au plus juste dès le démarrage ses équipements et de ne pas sous-dimensionner les besoins. Il n'est pas rare d'observer des entrepreneurs

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

qui, ayant mal projeté leur production, ont dû changer de matériel parfois plusieurs fois dans les deux premières années de leur activité. Les différentes formations aident à bien dimensionner son projet en étant réaliste, ce qui permet de calibrer au mieux et de travailler son budget prévisionnel en amont de la création.

En pratique, le matériel nécessaire consiste en :

- plusieurs cuves de brassage ;
- plusieurs cuves de fermentation (prévoir au moins deux fermenteurs par type de bière ce qui permet de relancer la production sans attendre la fin de la fermentation d'un brassin) ;
- des appareils de contrôle ;
- un système de refroidissement ;
- des cuves de stockage et de vieillissement ;
- un matériel d'embouteillage, de mise en canette et en fût ainsi que du matériel d'encapsulage et d'étiquetage ;
- des emballages réemployables le cas échéant, notamment des fûts.

Concernant le conditionnement, il s'agit d'un poste à ne pas négliger, car c'est à ce moment de la production que les risques de contamination sont les plus grands. Ces étapes d'embouteillage et d'encapsulage requièrent des conditions rigoureuses d'hygiène.

Il est également important de réfléchir en termes de sécurité et de pénibilité au travail pour déterminer les équipements les plus appropriés, brasser étant un métier physique.

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, en février 2023 et de Muriel Slawyk, Brasseurs de France, en mai 2023.
- L'ÉCHAPÉE BIÈRE. « [Créer sa brasserie/microbrasserie](#) », webinaire mis en ligne le 24/06/2021.

Pour prendre contact avec les fournisseurs de matériel de production, de conditionnement et d'emballage, vous avez la possibilité de les rencontrer lors des salons professionnels (voir la rubrique « [Salons et événements](#) » en partie 7). Vous pouvez également vous rendre sur le salon virtuel permanent du SNBI : [Brass-expo.com](https://brass-expo.com). Des [annonces de matériel d'occasion](#) sont aussi disponibles sur le site de Brasseurs de France.

Pour en savoir plus :

- ➔ FAURE OLIVIER, FRAMERY GEOFFROY. « [Créer et développer sa microbrasserie](#) », éditions Eyrolles, livre publié en juillet 2019. Un chapitre est consacré au choix de matériel brassicole avec une présentation détaillée de différents fournisseurs et fabricants.

Les types de conditionnement

Pour le conditionnement de la bière, plusieurs options sont possibles en fonction des modes de distribution envisagés. L'ouvrage *Créer une microbrasserie professionnelle... et en vivre !* propose un comparatif avantages/inconvénients de chacun des modes de conditionnement. La rentabilité d'un produit varie, entre autres, selon le type de contenant retenu.

Lors du Salon du brasseur 2022, le président du SNBI, Jean-François Drouin, a animé une conférence sur le prix de revient de la bière. À cette occasion, il a présenté un tableau comparatif des différents coûts de production suivant l'emballage choisi. Il apparaît que le produit fini est 2,5 fois plus rentable lorsqu'il est conditionné en fût plutôt qu'en bouteille. Sa démonstration s'appuyait sur un cas de brasserie artisanale moyenne produisant 1 000 hl/an.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Les **fûts** pour la revente en CHR ou dans la *taproom* sont la plupart du temps en acier inoxydable. De plus, ils sont faciles à stocker. Ce conditionnement permet de ne pas altérer le goût de la bière en fonction des changements de température et simplifie le nettoyage. Les microbrasseries utilisent majoritairement des fûts de 20 ou 30 litres.

Les **bouteilles en verre** sont les contenants traditionnels pour la bière. Ce sont les plus prisés pour la bière *craft*, tant par les consommateurs, que par les cavistes et les GMS, à ce jour. Le verre est souvent teinté, vert ou brun. Ces couleurs protègent le liquide contre les effets de la lumière. Le verre transparent est également utilisé, mais il faut alors prévoir des suremballages de protection. La bouteille en verre permet également la refermentation et le vieillissement de la bière. Le verre est également le matériau le plus recyclé en France après l'acier. La mise en place de consigne et de récupération en vue du réemploi pour les bouteilles en verre se développe sur le territoire (voir la rubrique « [Démarche qualité](#) » en partie 6). En 2023, les organisations professionnelles alertent sur le prix de ces contenants en verre qui auraient subi une hausse de prix allant jusqu'à 60 % par rapport à janvier 2022.

Près de 6 milliards de **canettes** ont été produites en France en 2022 pour répondre à la demande des industriels producteurs de boissons (eau, *soft drink*, bière, etc.) qui voient beaucoup d'avantages dans ce contenu en aluminium. Certains préjugés ne sont plus d'actualité et des avantages sont à souligner, tels que :

- la sensation du goût du métal prononcé qui a disparu depuis longtemps puisque le fer blanc a été remplacé par de l'aluminium depuis une cinquantaine d'année. De plus, un vernis alimentaire recouvre désormais l'intérieur, excluant tout contact entre l'aluminium et la bière ;
- la conservation est optimale, car l'ennemi principal du houblon est la lumière et l'aluminium ne laisse pas passer les UV ;
- la solidité et la résistance à la casse de la canette par rapport au verre ;
- le moindre poids d'une canette (13 grammes) contre une bouteille *long neck* en verre brun (220 grammes) ;
- la praticité de rangement dans les rayons des magasins et la superposition possible des canettes ;
- la possibilité de recycler à 100 % la canette ;
- les canettes, quel que soit leur format, offrent un terrain de jeu aux graphistes et aux artistes qui peuvent ainsi laisser parler leur créativité sur un espace plus large qu'une étiquette de bouteille, l'habillage étant un des déclencheurs d'achat premier chez les clients.

Sources :

- AGRO-MÉDIA. « [En 2022, la canette a gagné du terrain sur les autres emballages boisson](#) », article publié le 02/03/2023.
- BRASSEURS DE FRANCE. « [Enquête sur la situation des brasseries : l'avenir de la filière brassicole s'assombrit](#) », publiée le 08/12/2022.
- DELORY VICTOIRE. « [Créer une microbrasserie professionnelle... Et en vivre !](#) », éditions Puits fleuri, livre publié en 2021.
- HELLO CRAFT BEER. « [La bière en canette, c'est bien ?](#) », blog en ligne, article publié le 22/04/2022.
- LSA. « [Comment fabrique-t-on des canettes ?](#) », article publié le 17/11/2021.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Muriel Slawyk, Brasseurs de France, en mai 2023.
- SNBI. « [Les brasseries artisanales sont au bord du gouffre !](#) », lettre ouverte adressée au gouvernement, publiée le 07/03/2023.
- SNBI. « [Comment calculer le prix de revient de la bière](#) », captation vidéo de la présentation de Jean-François Drouin lors du Salon du brasseur, novembre 2022.

Matières premières – Fournisseurs

Pour concevoir de la bière, il faut quatre ingrédients principaux : de l'eau, du malt, du houblon et de la levure. Des vidéos pédagogiques présentent les différentes étapes de la production et l'introduction de ces ingrédients (voir « Pour en savoir plus » en fin de rubrique).

- Quelle que soit la recette choisie, la part de l'**eau** représente 90 à 95 % des matières premières dans le processus de fabrication de la bière. Malgré les progrès considérables réalisés ces dernières

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

années pour diminuer la quantité d'eau employée à chaque stade de la fabrication, il faut encore entre 4 et 7 litres d'eau pour produire un litre de bière artisanale. Une partie de cette eau s'évapore lors de l'ébullition. Une autre part importante, est, elle, évacuée sous forme d'eaux usées, habituellement via les égouts de la commune ou vers une station d'épuration privative, selon la volumétrie produite et les normes en vigueur. Lors du choix du local, il faudra se rapprocher et interroger la mairie pour connaître les normes en vigueur en matière de gestion des effluents. Voir également la rubrique « [Démarche qualité](#) » en partie 6).

- Le **malt** résulte de la germination d'un grain de céréale qui est ensuite séché. Suivant l'intensité de la germination et du séchage, le malt sera visuellement distinct et surtout gustativement différent. Toutes les céréales peuvent être maltées (orge, blé, épeautre, seigle, avoine, riz *etc.*) même si, en majorité, c'est l'orge qui est utilisée. Cette dernière présente de nombreux avantages : elle est très répandue, relativement économique et sa germination est facile. De plus, l'orge a un rendement élevé en malterie et sa filtration est facile. Elle a un rapport glucides/matières azotées favorable pour la nutrition de la levure, *etc.* Et la France a un terroir qui réunit toutes les conditions climatiques favorables à la culture de l'orge de brasserie.

Sur les quelque 11 millions de tonnes d'orges récoltées en France, les orges de brasserie, également appelées orges brassicoles représentent 4 millions de tonnes, soit plus d'un tiers du total annuel. La France est le premier exportateur européen de malt et le deuxième au niveau mondial. Elle compte 20 malteries dont 6 artisanales. Six nouveaux projets seraient en cours. Il est possible de distinguer différents types de malt :

- > Les bières blanches sont composées en grande partie de malt de blé et de malt pâle.
- > Les malts pâles, peu touraillés, font la finesse et le moelleux des bières blondes, mais sont aussi les malts de base de la plus grande majorité des bières.
- > Les malts, dits caramels, sont plus dorés, apportent un arôme caramel et la couleur ambrée aux bières rousses.
- > Les malts bruns, subissant en plus une torréfaction et utilisés en petites quantités, donnent l'acajou des bières brunes et leur côté torréfié.

- La grande majorité des brasseries utilisent entre 1 et 10 grammes de **houblon** par litre. Les variétés de houblon sont multiples, elles donnent plus ou moins d'amertume et définissent les arômes. Le houblon joue un rôle clef pour le goût. C'est la recette, la forme de mise en œuvre retenue (frais, en pellets ou séché), la technique de fabrication et les équipements de la brasserie qui détermineront la quantité de houblon à mettre en œuvre.

Lorsque le houblon est récolté, ce sont les fleurs de la plante qui sont ramassées, les cônes. Ces cônes sont ensuite séchés et utilisés tels quels ou broyés, compactés et transformés en granulés, prêts à l'emploi. La culture du houblon en France est en perte de vitesse. C'est en Alsace qu'elle se concentre avec 92 % de la production française. Actuellement, l'offre de houblon bio français ne parvient pas à répondre à la demande. Face à cette pénurie, 70 % des brasseurs français déclarent utiliser du houblon importé (Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis). Les initiatives se multiplient pour produire du houblon en local, particulièrement du bio, recherché par les microbrasseries et les brasseries artisanales qui utilisent plus de houblon que les brasseries industrielles. Historiquement présente en Alsace et dans le Nord, cette filière est en pleine évolution depuis 2015, avec l'émergence de houblonnières sur le territoire national. Les producteurs s'installent de manière isolée et dispersée partout en France, avec également quelques regroupements en construction.

- La **levure** intervient dans le *process* au moment de la fermentation. C'est son ajout qui va permettre au sucre de se transformer en alcool et en gaz carbonique pour donner naissance à la bière. Le dosage de la levure se fait au gramme près. Il existe quatre sortes de levures à bière (*ale*, *lager*, spontanée et sauvage) qui représentent 300 à 400 souches à disposition des brasseurs dans les laboratoires. La levure est garante de la constance du parfum et des caractéristiques d'une bière d'un brassage à l'autre.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Pour prendre contact avec les fournisseurs de matières premières, vous avez la possibilité de les rencontrer lors des salons professionnels (voir rubrique « [Salons et événements](#) » en partie 7) et également sur le salon virtuel permanent que propose le SNBI : [Brass-expo.com](https://brass-expo.com).

Sources :

- DELORY VICTOIRE. « [Créer une microbrasserie professionnelle... Et en vivre !](#) », éditions Puits fleuri, livre publié en 2021.
- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », livre électronique publié en janvier 2023.
- ICI. « [La filière du houblon en pleine dynamique en Alsace](#) », article publié le 30/08/2021.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, en février 2023 et de Muriel Slawyk, Brasseurs de France, en mai 2023.
- LE BETTERAVIER FRANÇAIS. « [Houblon - Une culture en devenir](#) », article publié le 24/06/2020.
- LES ÉCHOS. « [Bière : le houblon français en voie de disparition](#) », article publié le 06/11/2018.
- MALTEURS DE FRANCE. « [Les malteurs français, une filière d'exception](#) », contenus en ligne.
- UNIVERS BIÈRE. « [Composition](#) », contenus en ligne. Ils portent sur les quatre ingrédients principaux de la bière.

Pour en savoir plus :

- ➔ C'EST PAS SORCIER. « [La fabrication de la bière](#) », vidéo en ligne. Elle explique pas-à-pas les différentes étapes de la production et les ingrédients utilisés, France 3, mai 2013.
- ➔ CHEF PATISS. « [Les étapes de la fabrication d'une bière artisanale](#) », vidéo en ligne, mars 2015.
- ➔ UNIVERS BIÈRE. « [Le maltage](#) », contenu en ligne. Il explique étape par étape le process de maltage de céréale.

DU MALT LOCAL POUR UNE BIÈRE DE TERROIR

En octobre 2022, *Bière Magazine* dénombrait pas moins d'une trentaine de brasseurs français également malteurs. Les brasseurs artisanaux cherchent de plus en plus à se fournir en malt local, incitant ainsi à la création de malteries régionales.

Ces dernières répondent au souhait des clients finaux et des brasseurs pour une consommation locale et vertueuse, car ces malteries développent toute une gamme biologique. La proximité permet également de mieux ajuster les commandes en fonction des besoins, de tenir compte des capacités de stockage souvent limitées et de pratiquer des réassorts d'urgence.

Le surcoût du malt artisanal par rapport au malt industriel est de l'ordre de 55 % en conventionnel et de 35 % en biologique. Toutefois, le malt ne représente que 6 à 7 % du coût de production d'une bière. Mais l'indication du critère local et biologique permet au brasseur de pratiquer un prix de vente plus élevé.

Source : BIÈRE MAGAZINE. « [La filière malt en France](#) », dossier publié dans le n°117, 10/2022. Il contient de nombreux témoignages d'entrepreneurs en malterie.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Charges d'exploitation

Le coût de revient d'un produit ne se résume pas seulement au coût des matières premières utilisées dans la recette. Toutes les charges supportées par l'entreprise doivent être répercutées sur le prix de revient de chaque produit vendu. Les charges à prendre en compte pour le déterminer sont de plusieurs natures :

- les charges liées à l'achat (matières premières telles que l'eau, le malt, le houblon et la levure ; et les consommations intermédiaires comme les bouteilles, les canettes, les fûts, les étiquettes, etc.) ;
- les charges liées à la production (main-d'œuvre, dépréciation du matériel, loyer, etc.) ;
- les charges liées à la distribution (commission de l'intermédiaire, transport, emballage, etc.).

À ces charges s'ajoutent tous les services extérieurs tels que :

- les locations et crédits-bails (immobilier, véhicule, chariot élévateur, Internet, etc.) ;
- les achats divers (outillage, fourniture, carburant, etc.) ;
- les assurances, les commissions, les honoraires ;
- la publicité, les salons, les foires, les déplacements, les réceptions ;
- les frais postaux et communications ;
- les frais bancaires ;
- les taxes.

Ce prix de revient va vous aider à fixer ensuite votre prix de vente.

Source : SNBI. « [Comment calculer le prix de revient de la bière](#) », captation vidéo de la présentation de Jean-François Drouin lors du Salon du brasseur, novembre 2022. Vous y trouverez un ordre de grandeur des charges pour une brasserie moyenne produisant 1 000 hl/an. La méthode et les ordres de grandeur sont à prendre en considération et à appliquer à votre volume de production.

HAUSSE DES COÛTS DE PRODUCTION

Depuis le début de l'année 2022, les brasseurs font face à une augmentation généralisée du coût de nombreuses matières premières, des contenants (bouteilles, canettes, fûts) et des emballages, mais aussi à l'envol des prix de l'énergie qui rognent les marges de nombreuses unités de production. Les organisations professionnelles alertent sur les risques que ces augmentations font peser sur la profession.

- Les bouteilles en verre ont subi des hausses de prix allant jusqu'à + 60 %.
- 85 % des brasseries évaluent à plus de 3 % la part de leur chiffre d'affaires consacrée à l'énergie en 2023, alors qu'elles n'étaient que 29 % en 2021.
- 70 % des brasseries rencontrent des difficultés pour s'approvisionner en matières premières.
- 85% des brasseries connaissent une hausse des prix des matières premières de plus de 10 %.
- Pour 6 entreprises sur 10, cette hausse des coûts entraîne une dégradation de leur trésorerie.

Sources :

- BRASSEURS DE FRANCE. « [Enquête sur la situation des brasseries : l'avenir de la filière brassicole s'assombrit !](#) », publiée le 08/12/2022.
- SNBI. « [Les brasseries artisanales sont au bord du gouffre !](#) », lettre ouverte adressée au gouvernement, publiée le 07/03/2023.
- BRASSEURS DE FRANCE. « [1 brasserie sur 10 arrêterait son activité en 2023 : ne les laissons pas disparaître sans réagir !](#) », communiqué de presse publié le 16/05/2023.

Prix— Marge — Résultat

La fixation des prix

La fixation des prix n'est pas aisée. Pour trouver le bon positionnement tarifaire, il faut étudier de près la concurrence, car le plus souvent votre marché sera local. Il faudra veiller à ce qu'il y ait une homogénéité des prix entre votre proposition commerciale et celle de vos concurrents artisans brasseurs et microbrasseurs.

Le consommateur français est conscient qu'une bière artisanale est plus chère qu'une bière industrielle, et il faudra mettre en avant tous les atouts de votre produit. Si vous vous fournissez en matières premières locales, faites-en mention sur vos produits, l'ancrage local est très important et prescripteur. Il est donc nécessaire avant de fixer vos prix de déterminer quels sont vos avantages concurrentiels.

De plus, il est nécessaire de fixer une grille tarifaire en fonction de vos clients (bar, restaurant, grossiste/négociant et consommateur final en vente directe).

Au moment de rédiger ce document, les augmentations des prix des matières premières et du coût de l'énergie ainsi que les tensions sur l'eau sont des paramètres à prendre en compte (voir au-dessus la rubrique « [Charges d'exploitation](#) » dans cette partie).

Source : SNBI. « [Comment calculer le prix de revient de la bière](#) », captation vidéo de la présentation de Jean-François Drouin lors du Salon du brasseur, novembre 2022.

Rentabilité

Parler de rentabilité est compliqué, car cela dépend des charges qui vont peser sur l'entreprise, notamment le loyer. Les différents interlocuteurs interrogés pour la préparation de ce dossier mentionnent qu'à partir d'une production de 350 hl/an, l'entrepreneur peut penser à se rémunérer et donc avoir une activité rentable. Pour des entrepreneurs qui ont un petit loyer ou qui ont conservé une activité annexe en plus de la brasserie, une production de 150 hl/an peut suffire pour couvrir les charges et s'octroyer une légère rémunération.

Sources :

- DELORY VICTOIRE. « [Créer une microbrasserie professionnelle... Et en vivre !](#) », édition Puits fleuri, livre publié en 2021.
- LA VOIX DU NORD. « [La croissance des microbrasseries va-t-elle retomber ?](#) », article publié le 22/09/2022.
- Informations recueillies par BpiFrance auprès d'Emmanuel Gillard, Projet Amertume, en février 2023 et auprès de Sonia Rigal, déléguée générale du SNBI, en mars 2023.

Financement — Aides spécifiques

Le financement

Le site de BpiFrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans la rubrique « [Comment financer un projet de création d'entreprise ?](#) ». Prenez connaissance également du « [Panorama des financements destinés aux créateurs d'entreprises](#) ».

Pour en savoir plus :

- ➔ SALON DU BRASSEUR. « [Financer son projet de création et de développement](#) », podcast de la conférence dédiée aux différentes formes de financement à la disposition du créateur et du jeune entrepreneur en brasserie, publié le 03/06/2022.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

De nombreuses brasseries artisanales lancent une campagne de financement participatif, ou **crowdfunding**, au moment de leur lancement. Il s'agit de faire financer une partie de son projet en faisant appel aux dons des particuliers. Le montant total demandé en *crowdfunding* dans le secteur oscille en général entre 5 000 et 10 000 euros. Un montant assez bas compte tenu des investissements nécessaires. Mais cela permet de tester l'intérêt du public, de rassurer les partenaires bancaires et, pourquoi pas, de trouver des investisseurs privés !

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Préparer votre campagne de crowdfunding](#) », « [Comment mener votre campagne de crowdfunding ?](#) », contenus en ligne.

Les aides

Les aides à la création ou à la reprise d'entreprise sont décrites dans les rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) » et « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) » du site de Bpifrance Création.

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Contexte général

L'activité de brasseur/brasseuse n'est pas une activité qui requiert l'obtention d'un diplôme pour l'exercer. Néanmoins, des formations sont disponibles partout en France et apportent des connaissances utiles pour le succès de l'opération ! (Voir la rubrique « [Formations](#) » en partie 4).

Les brasseries sont souvent classées en fonction de leur volume annuel de production même s'il n'existe aucune classification officielle. À titre indicatif, voici un classement adapté au paysage brassicole français proposé par Projet Amertume :

- les picobrasseries qui produisent moins de 200 hl/an ;
- les microbrasseries qui produisent de 200 à 1 000 hl/an ;
- les brasseries artisanales qui produisent de 1 000 à 200 000 hl/an ;
- les brasseries industrielles qui produisent plus de 200 000 hl/an.

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS. « [Régime fiscal des boissons alcooliques – Droit spécifique sur les bières – Taux réduits pour les bières produites par les petites brasseries indépendantes](#) », bulletin officiel des douanes du 15/05/2019.
- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », livre électronique publié en janvier 2023.

Conditions d'installation

La déclaration d'activité auprès de la municipalité

La mairie de la commune où la production de bière s'effectue devra être contactée au préalable afin d'effectuer une **déclaration d'activité**. Elle pourra alors donner son accord pour autoriser la production. La municipalité pourra également notifier son refus si le futur entrepreneur souhaite s'installer, par exemple, dans une zone où l'exercice de l'activité n'est pas autorisé.

L'autorisation de déversement des effluents

Le brasseur qui est raccordé au réseau d'assainissement collectif devra obtenir auprès de la commune ou de la collectivité dans laquelle la production s'effectuera une autorisation pour le déversement des effluents de la brasserie dans le réseau.

Pour en savoir plus :

- ➔ ÉCOLE NATIONALE DES SCIENCES ALIMENTAIRES DU LABORATOIRE & QUALITÉ DE L'EAU – ENIL POUR BRASSEURS DE FRANCE. « [Les effluents en brasserie - Réglementation et prétraitements](#) », étude publiée le 17/10/2022 à destination des brasseries produisant jusqu'à 20 000 hl, outil concret pour les accompagner et leur faciliter l'appropriation de la réglementation.

RÈGLES DE LA PROFESSION

- ÉCOLE NATIONALE DES SCIENCES ALIMENTAIRES DU LABORATOIRE & QUALITÉ DE L'EAU – ENIL. « [Maîtrise de l'eau et des effluents dans les microbrasseries](#) », guide publié en région Bourgogne-Franche-Comté et piloté par l'Enil de Mamirolle, juin 2019. Ce document procure des conseils pour réduire les rejets d'effluents.

L'autorisation en cas d'utilisation d'eau issue d'une source privée

Si le producteur ne souhaite pas utiliser l'eau du réseau public pour la fabrication de sa bière mais une source privée, il a l'obligation de contacter la Direction départementale des territoires (DDT) dont il dépend. Un annuaire est disponible en ligne sur le site service-public.fr pour obtenir cette autorisation. Le producteur devra également réaliser régulièrement des analyses de la qualité de l'eau.

Les règles d'hygiène

La brasserie doit définir et documenter son plan de maîtrise sanitaire (PMS) (procédures écrites, enregistrements, procédure de retrait/rappel...), l'appliquer et le réviser régulièrement en se fondant sur les principes de l'HACCP (analyse des risques – points critiques pour leur maîtrise). Le PMS comporte, pour chaque étape du brassage (y compris le stockage des matières premières et des produits finis, l'embouteillage, la gestion des drêches, le nettoyage...), l'ensemble des points de vigilance à observer et les moyens de prévention à mettre en œuvre pour garantir la qualité et la sécurité des produits finis. En particulier, la brasserie doit définir et appliquer des règles d'hygiène (propreté des locaux, du personnel, des équipements, etc.) et un plan de nettoyage désinfection.

Pour élaborer son PMS, la brasserie peut s'adresser à des centres techniques tels que l'Institut français des boissons, de la brasserie et de la malterie (IFBM), établi depuis 1962 à Nancy, ou à des consultants. Des contrôles de la Direction départementale de la protection des populations (DDPP) ou de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) peuvent intervenir pour vérifier la mise en place du PMS et de son adéquation avec l'activité de la brasserie et les risques associés.

Pour en savoir plus :

- DGCCRF. « [Brasseurs de bière, adoptez les bonnes pratiques !](#) », article en ligne.
- DGCCRF. « [Hygiène alimentaire – le plan de maîtrise sanitaire : les prérequis et l'HACCP](#) », article en ligne.
- ÉCOLE NATIONALE DES SCIENCES ALIMENTAIRES DU LABORATOIRE & QUALITÉ DE L'EAU – ENIL. « [Maîtrise du risque microbiologique en brasserie](#) », guide méthodologique, décembre 2014.
- MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE. « [Brasserie](#) », guide des bonnes pratiques d'hygiène publié en 2001.

Les règles à respecter sur l'étiquette

L'étiquetage doit comporter différentes mentions obligatoires et peut comporter des mentions volontaires qui doivent être loyales. Elles sont signalées principalement dans le règlement UE [1169/2011](#) concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires ainsi que dans le décret [92-307](#) du 31 mars 1992 portant application de l'article [L.412-1](#) du Code de la consommation en ce qui concerne les bières, les dénominations et la composition des produits. Les documents mentionnés ci-dessous listent et explicitent les mentions qui doivent figurer sur l'étiquette du produit.

Pour en savoir plus :

- BRASSEURS DE FRANCE. « Memento étiquetage des bières », document disponible sur demande auprès du syndicat.
- DGCCRF. « [Tout savoir sur l'étiquetage des bières](#) », contenu en ligne.

Le statut d'entrepôt agréé

Tous les professionnels produisant des bières ou détenant des bières en droits acquittés (qu'ils ont reçus ou achetés) et qui sont destinés à l'expédition ou à la revente pour le même destinataire ou acquéreur, doivent prendre le statut d'entrepôt agréé (EA) à partir des quantités suivantes :

- 10 litres de boissons spiritueuses ou d'alcools ;
- 20 litres de produits intermédiaires ;
- 90 litres de vins ou d'autres boissons fermentées (dont 60 litres de vin mousseux tout au plus) ;
- 60 litres pour les vins mousseux ;
- 110 litres de bières.

Un brasseur amateur ne sera pas tenu d'obtenir ce statut d'EA, sous réserve qu'il ne réalise aucune vente ni remise à titre gratuit de sa production au-delà de son cercle familial et de ses invités.

L'agrément « entrepôt agréé » (EA) est délivré par l'administration des douanes sur demande à déposer avant tout démarrage de l'activité.

Source : DIRECTION GÉNÉRALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS. « [Obtenir l'agrément d'Entrepôt agréé](#) », rubrique en ligne. Il détaille les informations à fournir pour déposer sa demande d'EA auprès des douanes.

Les licences de vente de boissons

Toute personne se livrant à la vente de boissons doit être titulaire d'une licence sauf pour la vente de boissons sans alcool, que ce soit à l'occasion d'un repas ou non, à consommer sur place ou à emporter. Les établissements titulaires d'une licence à consommer sur place peuvent également vendre à emporter les boissons correspondant à leur catégorie de licence.

Les licences à emporter

Les débits de boissons qui ne vendent des consommations alcoolisées qu'à emporter doivent détenir une licence dont les modalités de délivrance sont simplifiées :

- la « petite licence à emporter » permet de vendre des boissons sans alcool et des boissons fermentées non distillées (dites du 3^e groupe, telles que vin, bière, cidre ou poiré) ;
- la « licence à emporter » permet de vendre toute boisson dont la consommation est autorisée, sans limitation de titrage d'alcool.

La licence doit être demandée auprès de la mairie de la commune d'implantation de la brasserie.

Sont concernés par ces licences « à emporter » notamment :

- les brasseries en vente directe de bières sur le lieu de production, sur les marchés, etc. ;
- les cavistes ;
- les restaurants à emporter ;
- les supermarchés ;
- les épiceries ;
- les sites de vente à distance ;
- les sites de vente de boissons alcooliques en ligne.

RÈGLES DE LA PROFESSION

Les licences à consommer sur place

Elles sont au nombre de deux pour les débits de boissons à consommer sur place. Si une brasserie dispose d'un bar attenant à son lieu de production, elle devra disposer d'une de ces licences. Un *brewpub* ou une *taproom* devra également en être titulaire.

Licence III appelée « licence restreinte »

Vente des boissons des 1^{er} et 3^e groupes : boissons sans alcool et boissons fermentées non distillées (vin, bière, cidre, poiré, hydromel), vins doux naturels, crème de cassis, jus de fruits ou de légumes comportant jusqu'à 3 degrés d'alcool, vins de liqueur, apéritifs à base de vin, liqueurs de fruits comprenant moins de 18 degrés d'alcool.

À noter que les licences de 2^e catégorie existant au 1^{er} janvier 2016 sont devenues de plein droit des licences de 3^e catégorie.

Licence IV appelée « grande licence » ou « licence de plein exercice »

Vente des boissons des 1^{er}, 3^e et 4^e groupes (rhum, alcool provenant de la distillation) ainsi que du 5^e groupe (toutes les autres boissons alcooliques).

Attention : la création de ce type de licence est interdite. Seul le rachat, puis une mutation, une translation ou un transfert, permet d'exploiter une licence IV.

Source : [Entreprendre.Service-Public.fr](https://entreprendre.service-public.fr).

La demande doit être faite à la mairie dans laquelle se situe le débit de boissons, après la réalisation d'une formation obligatoire permettant d'obtenir un permis d'exploitation.

Une licence de débit de boissons peut être périmée et tout débit de 3^e ou 4^e catégorie qui n'est pas exploité pendant plus de cinq ans est considéré comme supprimé. Il ne peut plus alors être transmis. Toutefois, ce délai est suspendu en cas de liquidation judiciaire ou en cas de fermeture provisoire prononcée par l'autorité judiciaire ou administrative.

Pour en savoir plus :

- ➔ DIRECTION GÉNÉRALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS. « [Alcools et boissons](#) », contenu en ligne.
- ➔ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « [Obtenir une licence de débit de boissons](#) », contenu publié en juin 2022.
- ➔ MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DE LA PRÉVENTION. « [Guide des débits de boissons. Les principales dispositions de la législation et de la réglementation sur les débits de boissons](#) », novembre 2018.
- ➔ Services en ligne et formulaires disponibles sur le site [Entreprendre.Service-Public.fr](https://entreprendre.service-public.fr).

L'interdiction de vente d'alcool aux mineurs

Il est interdit de vendre ou d'offrir de l'alcool aux moins de 18 ans, sous peine d'une amende de 7 500 euros. Le commerçant peut exiger du client qu'il prouve sa majorité.

Pour en savoir plus :

- ➔ [Article 93](#) de la loi n°2009-879 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires.

RÈGLES DE LA PROFESSION

Une affiche rappelant ces dispositions doit être apposée dans les débits de boissons à consommer sur place ou à emporter. Un [modèle d'affiche](#) est téléchargeable sur le site du ministère de la Santé et de la Prévention.

La réglementation lors des dégustations gratuites en brasserie

Le fait de faire déguster en vue de la vente implique forcément que la brasserie dispose *a minima* de la petite licence à emporter. Si la dégustation gratuite a lieu après 22 heures, il faudra suivre une formation spécifique pour les ventes de nuit et obtenir le [permis de vente de boissons alcooliques la nuit](#).

La réglementation des établissements recevant du public

Si la brasserie souhaite accueillir du public dans le cadre de la vente à emporter, de visites ou de la dégustation sur place, il convient de s'assurer que le local est conforme à la réglementation des établissements recevant du public (ERP).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Les établissements recevant du public](#) », plusieurs contenus en ligne dans l'Encyclopédie.

La réglementation sur la publicité et autres actions de communication

Se reporter à la rubrique « [Communication](#) » en partie 3.

Statut de l'entrepreneur

Si la brasserie (code NAF 11.05Z) emploie moins de 10 salariés lors du dépôt du dossier d'immatriculation, l'entreprise est considérée comme une entreprise artisanale.

Les démarches d'immatriculation de l'entreprise se font depuis le 1^{er} janvier 2023 au guichet des formalités d'entreprises géré par l'Inpi sur le site formalites.entreprises.gouv.fr.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Le fonctionnement du guichet unique](#) », contenu en ligne.
- ➔ ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. « [Comment un artisan doit-il faire sa déclaration d'activité ?](#) », contenu en ligne.

Structure juridique

Les entreprises de brasserie créées en 2022 (code NAF 11.05Z) sont en très grande partie des sociétés (SARL, EURL, SAS, SASU) et, pour plus d'un tiers, des entreprises enregistrées sous le régime du micro-entrepreneur.

RÈGLES DE LA PROFESSION

STRUCTURES JURIDIQUES CHOISIES PAR LES NOUVEAUX CHEFS D'ENTREPRISE DU SECTEUR, 2022

ACTIVITÉS	SOCIÉTÉS	ENTREPRISES INDIVIDUELLES	MICRO-ENTREPRENEURS	AUTRES*	TOTAL CRÉATIONS
Fabrication de bière (11.05Z)	256	22	178	1	457

* Associations, fondations, syndicats, organismes professionnels, etc.
Source : Insee (2022).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) », rubrique en ligne qui présente les différentes structures juridiques, ainsi que les calculs de cotisation et les aspects sociaux et fiscaux.

Régime fiscal

Le droit d'accise sur les bières

Les bières sont soumises en principe à un **taux plein**, prévu à l'article [L.313-20](#) du Code des impositions sur les biens et services (réévalué tous les ans en fonction de l'inflation). Il existe également un **taux réduit**, applicable aux bières faiblement alcoolisées et sous condition aux bières brassées par des [petites brasseries indépendantes](#).

Ces deux taux sont exprimés en euro par hectolitre et par degré alcoolométrique :

- **Taux réduit** : ce tarif s'applique aux bières dont le titre alcoolométrique volumique acquis ne dépasse pas 2,8 % volume. Il s'applique aussi aux panachés (mélange de bières et de boissons non alcooliques ayant un titre alcoolométrique volumique acquis entre 0,5 % et 2,8 % volume.).
- **Taux plein** : ce tarif s'applique aux autres bières, qui ne répondent pas aux conditions énoncées ci-dessus.

Par dérogation aux dispositions précédentes, le taux réduit est applicable aux bières (avec un titre alcoolique excédant 2,8 % volume) produites par les petites brasseries indépendantes, définies dans les articles [L313-22](#) et [L313-23](#) du Code des impositions sur les biens et services. Une brasserie est considérée comme une petite brasserie indépendante lorsque les conditions suivantes sont cumulativement remplies :

- il n'existe aucune relation de dépendance économique ou juridique, directe ou indirecte, avec une autre brasserie ;
- les installations de production ne sont pas partagées avec une autre brasserie ;
- les procédés de production et l'exploitation commerciale ne font l'objet d'aucune coordination avec d'autres brasseries ;
- la brasserie est certifiée dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires ;
- la production de la brasserie, au cours de l'exercice comptable précédant l'année civile de l'exigibilité, n'excède pas 200 000 hectolitres.

Lorsque deux ou plusieurs petites brasseries coopèrent et que leur production annuelle additionnée ne dépasse pas 200 000 hectolitres, ces brasseries peuvent être traitées comme une seule petite brasserie indépendante. L'ensemble des [taux applicables](#) est disponible et actualisé sur le site des Douanes.

La cotisation de Sécurité sociale

Une cotisation a été instituée depuis janvier 2012 sur les boissons alcooliques ayant un titre alcoométrique acquis supérieur à 18 % volume. Les bières tirant au-delà de ce niveau d'alcool doivent l'acquitter.

La taxe « prémix » sur les bières

En tant que boissons alcooliques présentant un titre alcoométrique volumique (TAV) supérieur à 1,2 % et inférieur à 12 %, les bières peuvent être soumises à la taxe sur les boissons dites « prémix » (article [1613 bis](#) du Code général des impôts) :

- Si elles sont constituées par un mélange de boissons alcooliques et de boissons non alcooliques consommables en l'état.
- Si elles présentent un taux de sucre (inverti) supérieur à 35 grammes par litre.

Pour en savoir plus :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS. « [Contributions indirectes – Régime fiscal des boissons alcooliques – Taxe sur certaines boissons dites taxe sur les boissons "prémix"](#) », circulaire du 08/02/2017.

La responsabilité élargie des producteurs

La responsabilité élargie du producteur (REP) s'inspire du principe du « pollueur-payeur ». En clair, les acteurs économiques (fabricants, distributeurs, importateurs) sont responsables de l'ensemble du cycle de vie des produits qu'ils mettent sur le marché, de leur éco-conception jusqu'à leur fin de vie. À ce titre, ils peuvent être assujettis à une contribution financière pour le tri des déchets d'emballage ménagers. Pour connaître les modalités de collecte de cette contribution, vous pouvez vous renseigner sur les sites de [Citeo](#) et [Adelphe](#), les deux entreprises agréées par l'État avec une mission d'intérêt général de recyclage des emballages ménagers des entreprises en France.

Pour en savoir plus :

- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES.
« [Cadre général des filières à responsabilité élargie des producteurs](#) », contenu en ligne expliquant la REP.
- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES.
« [Emballages ménagers](#) », contenu en ligne.

La cotisation volontaire étendue (CVE)

Il ne s'agit pas d'une taxe fiscale, mais d'un prélèvement opéré par Interhoublon (l'interprofession de la filière du houblon) sur les acteurs de la filière : planteurs, négociants, brasseurs. Cette cotisation a pour mission de porter des projets collectifs pour la filière. Pour les brasseurs, le taux de cotisation est de 0,01 euro hors taxe par hectolitre de bière mis à la consommation sur le territoire métropolitain français.

Pour en savoir plus :

- INTERHOUBLON. « [La CVE : qu'est-ce que c'est ?](#) », contenu en ligne.

TVA

Le taux de TVA applicable aux boissons alcoolisées est de 20 % pour la vente à emporter et à consommer sur place. Pour les bières sans alcool et les panachés ayant un titre alcoométrique volumique inférieur ou égal à 0,5 %, le taux de TVA applicable est de 5,5 %. La Corse a un statut particulier, car les boissons alcoolisées y sont soumises au taux normal de TVA de 20 % pour les boissons à emporter et à livrer, mais un taux intermédiaire de 10 % est appliqué pour les boissons alcooliques à consommer sur place (vente dans les restaurants et débits de boissons notamment).

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS. « [Fiscalité des bières](#) », contenu en ligne.
- SERVICE-PUBLIC.FR. « [Taxation des boissons](#) », contenu en ligne.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [TVA](#) », rubrique en ligne.

Démarche qualité

Le réemploi des bouteilles (consigne, collecte, logistique)

Alors que les problématiques environnementales préoccupent de plus en plus les acteurs de la filière (sans parler de la hausse des prix des biens intermédiaires et matières premières) et les consommateurs, des entreprises spécialisées dans le réemploi des bouteilles se développent.

Concernant **la consigne**, le principe est simple. Au moment de l'achat d'un produit, le consommateur verse une somme d'argent qui lui est restituée quand il rapporte l'emballage vide au producteur ou en point de collecte. Cette pratique, assez répandue en France jusque dans les années 80/90 pour inciter au réemploi des emballages, est devenue plus rare avec l'avènement de l'emballage à usage unique et du plastique. Pour le brasseur, cette démarche est complexe, mais présente plusieurs avantages. Elle permet d'agir pour le climat en réduisant les déchets et de fidéliser la clientèle en répondant aux ses attentes environnementales.

Des initiatives apparaissent pour organiser la **collecte** des bouteilles en verre consignées sur l'ensemble du territoire. À titre d'exemples :

- L'association de consigne et réemploi [J'aime mes bouteilles](#) a pour principaux objectifs de développer, soutenir et animer un écosystème des acteurs du réemploi des emballages, en région Bourgogne-Franche-Comté.
- Dans les Hauts-de-France, [Haut la consigne](#), PME créée en 2020, travaille avec 50 brasseurs. Elle a collecté plus de 300 000 bouteilles dans 60 points de collecte en 2022. Un résultat multiplié par 4 en un an.
- L'entreprise [Rebooteille](#) développe une filière de réemploi des emballages en verre dans les départements du Rhône, de la Loire et de l'Ain. Cette solution territoriale permet le réemploi de contenants en verre, afin de réduire leur impact environnemental. Elle inclut la collecte avec des transports mutualisés, un lavage éco-performant et la livraison des bouteilles propres aux producteurs.
- L'entreprise [Uzaje](#) développe des solutions industrielles de réemploi afin de déployer une alternative écologique et viable économiquement aux contenants à usage unique à l'attention des professionnels de l'industrie agroalimentaire, de la restauration, des traiteurs, des livreurs et de la restauration collective. Elle nettoie des contenants alimentaires, dont les bouteilles en verre, à Neuilly-sur-Marne (93) et en

RÈGLES DE LA PROFESSION

Avignon (84), et bientôt dans toute la France. En 2023, l'entreprise s'est dotée d'une nouvelle machine appelée Destick qui permet d'enlever mécaniquement les étiquettes des bouteilles en verre et de faciliter ainsi leur réemploi.

Sources :

- RAYON BOISSONS. « [Haut la consigne lève 2,5 millions d'euros et passe à la phase industrielle](#) », article publié le 31/01/2023.
- UZAJE. « [Uzaje innove avec sa machine Destick, qui permet d'enlever mécaniquement les étiquettes de bouteilles en verre et facilite leur réemploi pour les acteurs de la boisson](#) », communiqué de presse publié le 12/01/2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ ADEME. « [L'Observatoire du réemploi et de la réutilisation est officialisé par l'Ademe et le ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires](#) », communiqué de presse publié le 12/09/2022.
- ➔ SALON DU BRASSEUR. « [La consigne pour réemploi des bouteilles en brasserie : contrainte ou opportunité ?](#) », podcast de la table ronde du 21/10/2022.

La gestion et la valorisation des coproduits de la brasserie

Plusieurs déchets issus de la brasserie sont récupérables et valorisables. Si les résidus de brassage ne sont pas valorisés, ils deviennent des déchets dont l'élimination a un coût financier et environnemental. Voici quelques exemples de valorisation de certaines matières premières :

- Les drêches, résidus du brassage des céréales, peuvent être utilisées :
 - > pour l'alimentation du bétail ; ce qui suppose de se faire enregistrer au préalable auprès de la Direction départementale de la protection des populations (DDPP) ;
 - > pour l'alimentation humaine en remplacement d'une partie de la farine de blé (pain, nouilles asiatiques, céréales pour petit-déjeuner, biscuits, etc.) ; ce qui augmente fortement la quantité de fibres diététiques et de protéines ;
 - > pour le chauffage, dans des chaudières à biomasse adaptées pour recevoir ces drêches pressées et séchées. Les cendres produites peuvent être utilisées comme engrais.
- Les cônes de houblon de moindre qualité peuvent être utilisés dans des mélanges à infuser et les tiges (lianes), riches en fibres, peuvent être employées pour fabriquer des paniers, du papier, des cordages ou des tissus grossiers (sorte de toile de jute).
- Les eaux usées contiennent des composés organiques facilement biodégradables, tels que des sucres, de l'éthanol et de l'amidon soluble. La méthanisation permet d'épurer les eaux résiduelles des brasseries tout en produisant du biogaz qui pourra être valorisé au sein de la brasserie.
- Les levures peuvent être récupérées afin de produire des ingrédients et des aliments riches en protéines. Cela peut éviter des coûts de traitement aux brasseurs et désengorger les stations d'épuration. La transformation des levures peut bénéficier aux industriels des substituts végétaux, de la nutrition sportive et des pâtes protéinées ainsi qu'aux fabricants de *pet food* et aux aromaticiens.

Sources :

- BIÈRE MAGAZINE. « [Valorisation des résidus de brassage en économie circulaire](#) », article publié dans le n°116, juillet 2022.
- GILLARD EMMANUEL. « [La Bière en France](#) », livre électronique publié en janvier 2023.
- LSA. « [Avec Yeasty, la levure de bière devient une nouvelle source de protéine pour le marché des substituts végétaux](#) », article publié le 29/11/2022.
- SALON DU BRASSEUR. « [Les drêches, quoi en faire ?](#) », podcast de la conférence du 22/10/2022.

RÈGLES DE LA PROFESSION

Pour en savoir plus :

- ÉCOLE NATIONALE DES SCIENCES ALIMENTAIRES DU LABORATOIRE & QUALITÉ DE L'EAU – ENIL. « [Maîtrise de l'eau et des effluents dans les microbrasseries](#) », guide publié en région Bourgogne-Franche-Comté et piloté par l'Enil de Mamirolle, juin 2019. Ce document à destination des microbrasseries produisant moins de 1 000 hectolitres procure des conseils pour réduire les rejets d'effluents et les valoriser en partie.
- ÉCOLE NATIONALE DES SCIENCES ALIMENTAIRES DU LABORATOIRE & QUALITÉ DE L'EAU – ENIL POUR BRASSEURS DE FRANCE. « [Les effluents en brasserie - Réglementation et prétraitements](#) », étude publiée le 17/10/2022 à destination des brasseries produisant jusqu'à 20 000 hectolitres pour les accompagner et leur faciliter l'appropriation de la réglementation.

Le label « Brasserie indépendante »

Les brasseries adhérentes depuis plus d'un an au SNBI peuvent apposer sur leurs étiquettes, capsules, emballages ou tout support de communication le label « Brasserie indépendante ». Ce label éthique reprend les valeurs du syndicat, à savoir :

- la brasserie remplit les critères fixés au Code général des impôts pour bénéficier des taux réduits du droit spécifique sur les bières en tant que brasserie indépendante ;
- la brasserie est située en France ;
- la brasserie produit 100 % de ses marques de bières (aucune sous-traitance acceptée sauf cas exceptionnel) ;
- la brasserie s'engage à ne pas dégrader l'image de la bière en général en donnant, par exemple, des noms vulgaires, sexistes ou discriminatoires à ses produits ou par une communication déplacée ;
- la brasserie fait figurer sur son étiquette la mention suivante : « Brassée et conditionnée par [nom de la brasserie – adresse du site de production], sur toutes les bières qu'elle vend. Elle fait de même pour les bières qu'elle produit pour une autre entité que la sienne ;
- la brasserie s'engage à respecter toute la législation française en vigueur, notamment sur l'étiquetage, la loi Évin (brasserie responsable), le plan de prévention des risques clients et les normes environnementales.

Source : SNBI. « [Marque collective](#) », contenu en ligne.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Cela comporte de nombreux avantages, comme rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Les principaux organismes professionnels et fédérations

- **Brasseurs de France**

Syndicat professionnel qui fédère, depuis 1978, les brasseries artisanales, indépendantes, historiques, familiales et internationales, il représente plus de 98 % de la production française de bière et compte parmi ses membres 98 % de TPE/PME. Il a deux missions principales : la défense des intérêts communs de la brasserie française et de la profession ; et la valorisation de la bière française, de son patrimoine et du savoir-faire de ses brasseurs.

Il met à la disposition des professionnels divers outils (memento étiquetage des bières, étude sur les effluents, etc.) et organise différentes opérations ([La moisson des brasseurs](#), le [site bière-tourisme](#)...) pour accompagner le développement de leur activité.

Le syndicat est membre de la fédération européenne [The Brewers of Europe](#).

- **Syndicat des brasseries indépendantes (SNBI)**

Syndicat représentatif des brasseries artisanales et indépendantes, sa mission est de fédérer, représenter, aider et défendre l'ensemble des brasseries françaises. L'adhésion donne accès à des outils et des services complémentaires, tels que : des guides spécifiques (HACCP, étiquetage des bières, ...) ; des FAQ juridiques et sociales ; une centrale de négociation Négociation Brass' qui négocie des tarifs avantageux auprès de nombreux fournisseurs (matières premières, consommables, matériel, prestations de service, hygiène...) ; une marque collective, appelée Brasserie indépendante, pour les adhérents ; et un « kit de démarrage » pour les brasseries en création ou créées depuis moins d'un an.

VEILLE ARTISANAT

Le service Veille Artisanat des Chambres de métiers et de l'artisanat (CMA France) met à disposition des [Dossiers filières marchés](#) (réglementation, documents sectoriels et outils pratiques) dont la brasserie fait partie. Il propose également un [service d'alertes hebdomadaires](#) qui recensent les nouveautés publiées sur [veille.artisanat.fr](#).

Ouvrages, rapports et études

- CNIV – VIN & SOCIÉTÉ. « **Déconsommation de vin : la filière alerte sur la menace d'un grand plan social** », communiqué de presse publié le 15/12/2022.
- DELORY VICTOIRE. « **Créer une microbrasserie professionnelle... Et en vivre !** », éditions Puits fleuri, livre publié en 2021.
- École nationale des sciences alimentaires du laboratoire & qualité de l'eau – ENIL POUR BRASSEURS DE FRANCE. « **Les effluents en brasserie – Réglementation et prétraitements** », étude publiée le 17/10/2022.
- École nationale des sciences alimentaires du laboratoire & qualité de l'eau – ENIL. « **Maîtrise de l'eau et des effluents dans les microbrasseries** », guide publié en région Bourgogne-Franche-Comté et piloté par l'ENIL de Mamirolle, juin 2019.
- FAURE OLIVIER, FRAMERY GEOFFROY. « **Créer et développer sa microbrasserie** », éditions Eyrolles, livre publié en 2019.
- FONDATION JEAN JAURES. « **La consommation de produits locaux : de l'héritage à la richesse productive** », note publiée le 20/01/2023.
- FRANCEAGRIMER. « **Évolution des achats de boissons alcoolisées par les ménages français entre 2008 et 2017** », étude publiée le 23 octobre 2019.
- GILLARD EMMANUEL. « **La Bière en France** », livre électronique publié en janvier 2023.
- LECOQ ANAÏS. « **Maltriarcat** », édition Nouritourfu, livre publié en mars 2022.
- PROJET AMERTUME. « **La bière en France en 2023** », infographie consultable en ligne.
- SNBI. « **Le marché des brasseries indépendantes** », infographie publiée en septembre 2022.
- SOWINE. « **Les comportements des consommateurs de vins et spiritueux en France** », infographie publiée en mars 2023.
- STATISTA. « **Faits et chiffres – La consommation de bière et les brasseries en France** », étude publiée le 12/01/2023.
- The Brewers of Europe. « **European Beer Trends – 2022** », dossier en ligne publié le 16/12/2022.
- XERFI. « **Le marché de la bière** », étude publiée le 19/09/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ Consulter la **bibliothèque brassicole** constituée d'articles, livres et revues sélectionnés par Projet Amertume.

Revue et médias

- **Bière magazine**, magazine trimestriel dédié au monde de la bière. Pour professionnels et amateurs.
- **Bières et cidres**, rubrique de *Rayon Boissons*, magazine mensuel et site d'information professionnel dédié aux boissons en grande distribution.
- **Boissons**, rubrique dédiée au marché des boissons dans le magazine hebdomadaire professionnel LSA consacré à la distribution alimentaire et non-alimentaire.
- **La Tireuse**, chronique mensuelle dédiée à la bière dans le quotidien *Libération*.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

- **Mordu**, magazine trimestriel et site d'information pour professionnels et amateurs « du bien boire, manger et voyager ».
- **Projet Amertume**, site d'information très complet sur la bière.

Webinaires, podcasts et vidéos

- BRASSEURS DE FRANCE. « **Loi Évin, avoir les bons réflexes en matière de publicité** », vidéo animée par la responsable juridique du syndicat qui explique quels sont les messages et les supports de communication autorisés et interdits, Salon du brasseur, octobre 2022.
- C'EST PAS SORCIER. « **La fabrication de la bière** », vidéo en ligne qui explique pas-à-pas les différentes étapes de la production et les ingrédients utilisés, France 3, mai 2013.
- CHEF PATISS. « **Les étapes de la fabrication d'une bière artisanale** », vidéo en ligne, mars 2015.
- FRANCE CULTURE. « **Histoire de la bière, une boisson estivale qui se fait mousser** », *podcast* du 17/06/2022.
- L'ÉCHAPPÉE BIÈRE. « **Créer sa brasserie/microbrasserie** », webinaire en ligne le 24/06/2021.
- LE POD'CAPSULEUR. Site de *podcasts* dont le slogan est « **Le podcast qui aime la bière et les brasseurs** ».
- SALON DU BRASSEUR. « **Podcasts des conférences** », lien vers la série des conférences thématiques enregistrées lors du Salon du brasseur, octobre 2022.
- SNBI. « **Comment calculer le prix de revient de la bière** », captation vidéo de la présentation de Jean-François Drouin lors du Salon du brasseur, novembre 2022.

Salons et événements

- **Brasser Distiller Solutions (Bradis)**, annuel, à Paris. Salon professionnel pour brasseurs et distillateurs.
- **Brass-expo.com**, salon virtuel permanent. Plateforme gérée par le SNBI.
- **BrauBeviale**, annuel, à Nuremberg (Allemagne). Foire européenne pour la production et la mise sur le marché de bières et de boissons gazeuses.
- **Paris Beer Festival**, annuel, à Paris. Rassemblement de près de 50 microbrasseries locales et internationales.
- **Planète Bière**, annuel, à Paris. Rassemblement de professionnels et d'amateurs.
- **Salon du brasseur**, annuel, à Nancy. Salon professionnel et technique destiné aux brasseurs professionnels et amateurs.

Pour en savoir plus :

- ➔ Le calendrier des salons consacrés à la bière en France et à l'étranger est disponible sur le site de **btobeer.com**.
- ➔ La liste des festivals de bière en France est proposée par le site **unepetitemousse.fr**.

Annuaire

- « **La Bière en France** » d'Emmanuel Gillard présente les lieux de production de bière, région par région, et précise, à chaque fois, s'ils produisent eux-mêmes ou non l'orge et le houblon. L'ouvrage détaille si la brasserie est située dans une exploitation agricole, si le brasseur malte lui-même ses céréales, si la gamme produite est certifiée « bio », s'il y a une offre de restauration sur place, quel est le volume de la production annuelle, etc. Le site **Projet Amertume** met également à disposition une **liste** et une **carte** des brasseries françaises en activité.
- « **Le Rigal de la bière** » de Sonia Rigal, présente les brasseries artisanales et régionales dont la production est inférieure à 200 000 hectolitres. Il s'agit d'une base documentaire qui intègre une présentation de la brasserie et des producteurs, mais aussi la capacité de brassage, la production ainsi que les modes de commercialisation et des informations pratiques.



<https://bpifrance-creation.fr>



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-049-1