



LE BOOM DES BRASSERIES PARISIENNES

On dénombre aujourd'hui une cinquantaine de brasseries en Île-de-France. Une véritable révolution puisque la plupart de ces établissements n'existaient pas il y a cinq ans.

▼ Et une de plus ! Une nouvelle brasserie francilienne devrait prochainement ouvrir ses portes. Le caviste Fabien Nahum, installé dans le 17^e arrondissement de Paris, vient de boucler un appel aux investisseurs. Une somme rondelette – d'un montant supérieur à 300 000 € – a été récoltée,



permettant à ce brasseur itinérant, sous la marque de bières La Batignolle, d'acquérir son propre outil de production basé en Seine-Saint-Denis.

Il y a encore dix ans, les brasseries franciliennes se comptaient sur les doigts d'une main. Le brewpub O'Neil, ouvert en 1991, voisinait avec les fermes-brasseries de Gaillon (brasserie Rabourdin) à Courpalay (77) et du Vexin à Théméricourt (95). Aujourd'hui, on dénombre une cinquantaine d'établissements, quasiment tous ouverts ces cinq dernières années.

UNE SECONDE BRASSERIE POUR DECK & DONOHUE

« Bizarrement, il n'y avait pas grand-chose en Île-de-France, mais ce retard a été vite rattrapé », s'étonne Hubert Rabourdin, le chef d'exploitation de la brasserie éponyme. « L'ouverture depuis plus de cinq ans de bars et

Deux ans après avoir créé leur brasserie, Archibald Tropres et Édouard Minart diffusent déjà leur bière BapBap, pour « brassée à Paris, bue à Paris », chez Monoprix.

de cavistes spécialisés ainsi que de brasseries locales a permis de créer un cercle vertueux et un véritable intérêt pour la bière artisanale », note de son côté Thomas Deck, de la brasserie Deck & Donohue.

Désormais, les bières de pubs, comme la chaîne Frog (cf. N° de février 2017 p. 55), voisinent avec celles des microbrasseries. Elles sont parfois positionnées sur la thématique du terroir, mais surtout orientées vers les « beer geeks », ces passionnés demandeurs de saveurs expérimentales et fortes en houblon. En Seine-et-Marne, la brasserie Crazy Hops fait ainsi directement référence à travers son nom à cet ingrédient clé

MONOPRIX MONTPARNASSE MISE SUR LES BIÈRES LOCALES

Dix marques de bières franciliennes ! Là où d'autres enseignes de la capitale se contentent d'afficher deux ou trois références tout au plus, Monoprix Montparnasse, dans le 14^e arrondissement, propose au contraire une belle palette de bières parisiennes. La plupart de ces produits sont positionnés dans un meuble regroupant des bouteilles locales sous le concept maison « Made in pas très loin ». La Goutte d'Or y voisine avec Artemis, BapBap, Dietrikt, Frog Beer, La Galéine, La Parisienne, Parisis, La Batignolle et les bières de la brasserie Rabourdin. Une belle balade à travers l'Île-de-France !



»

de la bière contemporaine. Et la demande semble insatiable. En avril 2015, les deux créateurs de la brasserie BapBap, Archibald Tropres et Édouard Minart, lâchent leurs emplois dans la finance pour ouvrir leur société rue Saint-Maur, dans l'est parisien. Deux ans plus tard, la brasserie – 1 600 hectolitres produits en 2016 – vient de recevoir quatre nouveaux fermenteurs. « *Nous n'arrivons pas à suivre le rythme* », soupire Charles Choffel, en charge de la communication et du marketing. Quant à Deck & Donohue, ils viennent d'ouvrir un second site de production, dans le Val-de-Marne, en plus de leur brasserie historique de Montreuil (Seine-Saint-Denis), trois ans seulement après leurs débuts.

MÉNAGER LES CAVISTES ET LES RESTAURATEURS

La soif des Parisiens semble sans fin. Du coup, les brasseries franciliennes ne se marchent pas sur les pieds. Deck & Donohue travaille par exemple uniquement en distribution sélective, avec des caves ou des restaurants, pour « *s'appuyer sur un réseau de prescripteurs convaincus par notre travail* », expliquent les créateurs de la brasserie. De son côté, Fabien Nahum vend, lui, sa bière Batignolle dans une centaine de Monoprix en Île-de-France. Depuis quelques mois, BapBap est aussi présent dans certains magasins de cette enseigne très parisienne. « *Nous étions réticents à être présents trop tôt, car nous n'étions pas capable de répondre à une trop forte demande* », explique le cofondateur de la brasserie, Édouard Minart. Une présence en GMS peut aussi fâcher les détaillants traditionnels, qui conserveront l'exclusivité des bières emblématiques et éphémères. Le monde de l'artisanat regarde parfois avec



« **NOS RELATIONS AVEC LES GMS SONT BONNES, CERTAINEMENT PLUS HUMAINES QUE POUR DES GROS PRODUCTEURS.** »

HUBERT RABOURDIN,
 CHEF D'EXPLOITATION
 DE LA BRASSERIE
 RABOURDIN

méfiance celui de la grande distribution et vice-versa.

« *Quand nous avons démarré, les grandes surfaces ne s'intéressaient pas au terroir* »,

se souvient Hubert Rabourdin. Depuis, la situation a bien évolué. Le brasseur a créé en 2010 une gamme dédiée aux supermarchés, la Briarde. Et il se plie de bonne grâce au jeu de la promotion des produits locaux avec Leclerc

ou encore Intermarché. « *Nos relations sont bonnes, certainement plus humaines que pour des gros producteurs, car nous restons petits. Il n'y a pas de réel intérêt financier à mener une négociation commerciale forte* », ajoute Hubert Rabourdin. La bière francilienne est devenue un produit tendance, qui a définitivement gagné ses lettres de noblesse, y compris en GMS.

GABRIEL THIERRY

ON Y CROIT

Cette offre de bières locales aux recettes tendance et originales répond parfaitement aux goûts et aux aspirations de la clientèle francilienne. En référencant ces produits plébiscités par les bars et les cavistes, les GMS cultivent incontestablement leur image auprès des consommateurs.

ON N'Y CROIT PAS

Deux éléments sont susceptibles de ralentir la montée en puissance des bières parisiennes en GMS. En premier lieu, le prix du foncier et les loyers pratiqués dans Paris intramuros qui limitent la création de brasseries. Ensuite, les réticences de certains fabricants, privilégiant souvent les réseaux traditionnels.

© DR