

## LYON - LA BIÈRE FRANÇAISE, PRODUIT NOBLE, VEUT PRENDRE MODÈLE SUR LE VIN



Une brasserie traditionnelle

**L**YON - Oublié le demi de «blonde» rapidement avalé en terrasse ou devant un match de football, la bière veut redorer son image en appliquant les codes du vin: magasins et bars spécialisés, mariage avec la gastronomie, succès des brasseries du «terroir» et ateliers de dégustation.

Dans un contexte de consommation en baisse (19,73 millions d'hectolitres en 2010 selon l'association des Brasseurs de France), seuls les micro-brasseurs locaux, qui produisent des bières artisanales ou de spécialité, tirent leur épingle du jeu, preuve que le goût des consommateurs a changé.

Avec 30 litres de bières consommés par an et par habitant (contre 85 pour les Belges ou 149 pour les Tchèques, champions en la matière), la France est le dernier pays européen consommateur de bière.

«En terme d'image et de goût, il y a des avancées, mais c'est un processus qui prend du temps. Pour boire français, on est presque obligé de consommer local», constate Loïc Mayoud, brasseur à la Brasserie Georges, à Lyon, qui a profité du succès des

micro-brasseries pour recommencer sa production en 2004.

En France, environ 500 micro-brasseries défient les grands groupes industriels comme InBev, Heineken, Foster's ou Guinness.

Christian Bourganel, fondateur de la brasserie ardéchoise Bourganel et président de Biera, association de promotion des brasseurs de Rhône-Alpes, a ainsi remporté des prix de l'innovation et décroché un titre de bière du mois en 2011 à New York pour ses produits au goût de marron, nougat, myrtille ou miel.

«Comme pour le vin, on voulait donner une image de terroir dans l'esprit des gens et amener à plus de reconnaissance de ce produit noble. En apportant des éléments de notre territoire, tels que le nougat, la myrtille ou le marron, des gens qui n'aimaient pas la bière s'y sont mis», explique-t-il à l'AFP.

«En France, la culture de la bière est à faire. Malgré l'émergence de lieux et bars dédiés, sa grande diversité est encore trop méconnue», déplore Simon Thillou, gérant de la Cave à bulles, l'une des premières caves à bières de Paris.

Dans son antre de 50 m<sup>2</sup>, cet amateur veut éloigner la «mousse» de son image de «bière fade devant un match de football» et propose depuis six ans plus de 250 références différentes, les deux tiers françaises, et des ateliers de dégustation.

Plus «sexy et glamour», selon M. Thillou, ces bières aromatisées et «de dégustation» représentent aussi une «façon intéressante de s'adresser à une clientèle moins masculine et vieillissante».

---

## LYON - LA BIÈRE FRANÇAISE, PRODUIT NOBLE, VEUT PRENDRE MODÈLE SUR LE VIN

---

Un jour, selon lui, la bière pourrait remplacer le vin à table. «Une idée pas nouvelle mais quand je conseille à mes clients une bière qui se marie bien avec du foie gras, ou du chocolat, c'est une découverte pour eux», estime le gérant de la Cave à bulles.

Moins reconnue que l'oenologie, la «biérogologie» apparaît pourtant dans les bars, les restaurants et les livres de cuisine, «même si aucune formation officielle n'existe comme c'est le cas en Italie, en Grande-Bretagne ou aux Etats-Unis», note Simon Thillou.

Pour Emmanuel Gillard, biérogologue et auteur d'un blog consacré à la bière ([projet.amertume.free.fr](http://projet.amertume.free.fr)), «la bière est tombée trop bas avec une image de moyen d'alcoolisation rapide, dénué de tout plaisir».

«Pour déguster une bière, la vue, l'odorat, le goût sont très importants, ce n'est pas différent du vin», précise ce Belge installé à [Grenoble](#), qui conserve dans sa cave des bières millésimées de 1950.