



Emmanuel Gillard, auteur de
La bière en France - Édition 2025.

Dans l'édition 2025 de son célèbre ouvrage encyclopédique La Bière en France (dont la parution est prévue pour janvier), notre confrère Emmanuel Gillard revient notamment sur les nouvelles tendances apparues en 2024. Pour Bière Magazine, il a accepté de nous en confier trois d'entre-elles en exclusivité :

Une diminution de l'offre

Plusieurs facteurs vont dans ce sens :

- Les caves à bières qui n'auront pas réussi à faire évoluer leur business model afin d'y intégrer une approche mixte (bar, cave, animations...) vont progressivement disparaître.
- Les bières "extrêmes" finissent par lasser les consommateurs qui recherchent des produits plus équilibrés.
- Les bières fortement houblonnées deviennent inabordables à cause du prix du houblon. Il est probable que le nombre de références disponibles diminue ces prochaines années.
- La disparition des petits distributeurs va donner plus d'espace aux gros distributeurs qui auront tendance à restreindre leur catalogue afin d'améliorer leurs marges.
- Les bières éphémères, utilisant des ingrédients spécifiques souvent plus onéreux et entraînant une prise de risque plus élevée (en production et en commercialisation), vont progressivement céder leur place au profit des gammes régulières.

Multi-activités et tiers-lieux

La forte inflation des années 2022-2023 a contraint certaines brasseries à rogner sur leurs marges pour continuer à proposer un tarif raisonnable à leurs clients. Dès lors, ces brasseries ont été contraintes de revoir leur modèle économique afin d'attirer de nouveaux revenus. Cela passe nécessairement par une extension de l'offre et des services :

- Une offre élargie : en marge de son activité principale, une brasserie pourra profiter de ses connaissances et de son outil de production pour produire d'autres boissons (cidre, kombucha, limonade...).
- Proposition de nouveaux services : offre de restauration, ateliers de brassage, fête de la bière, visite de la brasserie, organisation de concerts, exposition, taproom...
- Création de tiers-lieux : l'idée est de rassembler dans un seul endroit des artisans dont les offres viendront se compléter (coiffeur, tatoueur, restaurant, atelier d'artistes...).

Rapprochements entre petits acteurs

L'idée est ici de mettre en commun des moyens humains et techniques, afin d'éviter les risques et les charges administratives qu'impose l'emploi de salariés. Par exemple, dans le Finistère, la Brasserie de Trévarn fusionne en mai 2024 avec la brasserie Merlin. À cette occasion, la gamme de bières "Mignonne" devient "Merlin-Mignonne". Une autre solution consiste plus simplement en la mise en commun du bloc chaud. Dans la plupart des brasseries, celui-ci est loin d'être utilisé quotidiennement, ce qui laisse la possibilité de le mettre à disposition d'autres entreprises brassicoles