

La soif inextinguible des géants de la bière

BOISSON Le monde ingurgite de plus en plus de bière, et les brasseurs deviennent des colosses globalisés. Le numéro un InBev (belgo-brésilien) avale son principal concurrent SABMiller (sud-africain et britannique). Avec la bénédiction de Bruxelles



Les Européens dans leur ensemble dépensent 125 milliards d'euros par an pour acheter de la bière. (PHOTOTHEK/FLORIAN GAERTNER)

RAM ETWAREEA, BRUXELLES

🐦 @ram52

Qui n'apprécie pas une chope le temps d'une pause, en regardant un match de foot ou encore après une balade dans la nature? Même les femmes se mettent à ce breuvage au goût amer qui, à l'origine, était brassé par les Chinois il y a plus de 5000 ans. Blonde, brune ou blanche, la bière coule à flots aux quatre coins du monde, y compris dans des pays où son arrivée est relativement récente, en Inde par exemple. Au total, plus de 200 milliards de litres sont absorbés par an. Le champion? La République tchèque, où chaque habitant ingurgite 158 litres, le triple d'un Suisse. Les Européens y consacrent 125 milliards d'euros par an. De quoi mettre l'eau à la bouche aux brasseurs.

Face à une demande en hausse, l'industrie de la bière se réorganise depuis une trentaine d'années à coups

de fusions et acquisitions. Dernier acte: le rachat par InBev, le géant belgo-brésilien, numéro un mondial, basé à Louvain en Belgique, de son principal concurrent SABMiller, enregistré au Royaume-Uni et résultat de la fusion de SAB (Afrique du Sud), Miller (Etats-Unis) et Foster's (Australie). La Commission européenne a donné son feu vert mardi soir.

La nouvelle entité vendra deux fois plus de bière et réalisera des bénéfices quatre fois plus élevés que Heineken (Pays-Bas), le numéro 3 mondial de la bière. Par rapport à Carlsberg (Danemark), le numéro 4, ses ventes seront cinq fois supérieures et ses bénéfices multipliés par douze.

L'un des plus gros rachats de l'histoire

La consolidation s'est imposée face au renchérissement des coûts des matières premières, mais aussi de

l'aluminium et du verre, et face à la multiplication de petites brasseries. Techniquement faciles à opérer, ces dernières grignotent des parts de marché. Enfin, la fusion ouvre aussi le marché africain, dominé par SABMiller, à InBev.

Coût de l'opération: 92 milliards d'euros. Ce qui en fait le troisième plus grand rachat d'entreprise de ces dernières années. Derrière Vodafone-Mannesmann en 1999 pour 150 milliards d'euros et Vodafone-Verizon en 2013 pour 115 milliards. En guise de dot, SABMiller amène plus de 200 marques, dont Barmen Pilsner, Foster's, Atlas, Miller, Tyskie,

Lech. Qui rejoindront les Corona, Stella Artois, Leffe et Budweiser détenues par InBev.

«Notre décision garantit que la concurrence ne sera pas affaiblie sur les marchés et que les consom-

mateurs ne seront pas lésés», a affirmé la commissaire Margrethe Vestager, chargée de la Concurrence à la Commission européenne. «Nous avons voulu nous assurer que la disparition d'un concurrent ne débouchera pas sur une augmentation des prix.»

Selon Bruxelles, le secteur de la bière souffre d'une coordination tacite entre les principaux brasseurs internationaux en matière de prix. «Il n'y a pas de réunion secrète où les prix sont fixés, fait remarquer un fonctionnaire européen. En revanche, lorsque le leader augmente le prix, les autres suivent. Soit par appât du gain, soit par crainte de mesures de rétorsion.»

Dans ce contexte, la bénédiction de la Commission à la méga-fusion est

soumise à conditions. Notamment que SABMiller se désengage de ses opérations en Europe de l'Est, où il a une forte présence. Le groupe sud-africain et britannique avait déjà pris les devants en avril dernier en se délestant de certaines marques.

Le groupe vient également de céder sa participation de la brasserie Peroni (Italie) et de Grolsch (Pays-Bas) au géant japonais des boissons Asahi Group.

Le bal des méga-fusions brassicoles est loin d'être terminé. ■

RENDEZ-VOUS

Festival

Les 3 et 4 juin prochains, la diversité brassicole s'expose

à Lausanne, à la cantine de Sauvabelin. L'association Echech & Malt, en collaboration avec le Pi-Bar et les artisans du quartier de la Pontaise, organise le Lausanne Beer Celebration. Objectif: faire connaître au grand public des bières artisanales et originales produites par des brasseries suisses et étrangères.

SUCCÈS

Le Brésil, un brasseur mondial

Tout a commencé en 1888 lorsque l'ingénieur Joseph Villiger, un immigré suisse au Brésil, fonda la Companhia Cervejaria Brahma (CCB) pour fabriquer de la bière. Passée aux mains du géant belgo-brésilien InBev en 2004, la brasserie tourne toujours; elle est même la cinquième au monde. Son produit phare: Brahma qui, dans l'hindouisme, signifie créateur du monde. Le Suisse, dit-on, était un adepte de cette religion.

En 1989, la CCB a été rachetée par un autre immigré suisse, Jorge Lemann, et deux de ses parte-

naires, pour 50 millions de dollars. En 2001, Brahma a fusionné avec son principal concurrent Antarctica. Pour éviter d'être épinglé par les autorités de la concurrence, les deux sociétés avaient joué la carte de la fierté nationale, faisant croire que la nouvelle société baptisée AmBev serait parmi les précurseurs des multinationales brésiliennes parties à la conquête du monde.

AmBev a visé la Belgique. En 2004, elle a fusionné avec Interbrew, brasseur de Stella Artois et Beck's, une transaction

de 11 milliards de dollars. Depuis 2005, la multinationale est dirigée par Carlos Alves de Brito, un protégé de Jorge Lemann. Ce natif de Rio de Janeiro est arrivé en Belgique avec une équipe de cadres brésiliens. Ce qui à l'époque avait fait grincer beaucoup de dents.

Carlos Alves de Brito orchestrera en 2008 le rachat de son rival américain Anheuser-Busch, dont le produit phare est la marque Budweiser.

Avec SABMiller, le Brésilien vient d'ajouter son plus gros trophée à son tableau de chasse. ■ R. E.

Les micro-brasseries suisses continuent de prospérer

BOISSONS Le phénomène apparu il y a une quinzaine d'années ne faiblit pas. Le nombre de fabricants de bière a doublé en cinq ans. La tendance locavore encourage les amateurs à se lancer. Mais le passage au professionnalisme peut être dur

Les Suisses ne boivent pas plus de bière qu'avant. Depuis une dizaine d'années, ils en consomment entre 430 et 450 millions de litres par an, soit entre 54 et 58 litres par personne.

La production suisse a même baissé depuis un pic en 2008 à 362 millions de litres. En revanche, elle se fragmente. Le mouvement a débuté il y a une quinzaine d'années et il ne faiblit pas. En cinq ans, le nombre de brasseries a doublé. Il a même octuplé depuis 2000. Fin 2015, 664 fabricants de bière étaient inscrits au registre de l'Administration fédérale des douanes.

On ne compte plus les amateurs qui se lancent dans l'aventure du brassage artisanal. Sur Internet, les «kits brasserie» ne coûtent que quelques centaines de francs et suffisent pour lancer un petit brassin dans une cuisine ou un garage. Ça commence par 20 litres, puis 100, puis 1000, et parfois bien plus encore.

Au fil des années, certaines micro-brasseries se sont fait un nom à l'échelle supra-régionale et sont parvenues à s'insérer dans les circuits de distribution. La Brasserie des Franches-Montagnes (BFM), à Saignelégier (JU), celle des Trois Dames, à Sainte-Croix (VD), ou Docteur Gab's, à Savigny (VD), en sont les exemples les plus

flagrants.

Alternative aux bières lager

Tout a commencé il y a une quinzaine d'années, lorsque les Suisses, inondés par les bières lager industrielles, ont découvert de nouveaux goûts plus typés, venus de Belgique notamment. Les palais ont évolué et des spécialités locales se sont fait une place dans les festivals, les bars et les réfrigérateurs des privés.

Créateur du site Labière.ch en 2013, le journaliste lausannois Raphaël Chabloz s'avoue aujourd'hui un peu dépassé par l'ampleur du phénomène. Des dizaines de brasseurs émergent chaque mois, les événements se multiplient et les sollicitations aussi. «Le procédé de fabrication est beaucoup plus facile que celui du vin, par exemple. C'est aussi pour ça que le nombre de brasseurs explose», explique-t-il.

La Vouivre ne veut pas basculer

Si débiter est aisé, grandir l'est beaucoup moins. Certains s'y sont essayés, mais ont fini par renoncer à gagner leur vie en mélangeant houblon, malt et levures. Née en 2010 à Cortaillod (NE), La Vouivre a largement dépassé le stade de l'expérimentation – une société n'est assujettie à l'impôt fédéral que si elle produit plus de 800 litres par an et qu'elle en fait commerce. Mais elle est arrivée à un point de basculement, entre amateurisme et professionnalisme. Elle prévoit de produire cette année un maximum de 20000 litres de bière. Pas davantage, parce que «nous ne voulons

pas en faire une activité professionnelle», explique Lionel Ferchaud, l'un des trois associés, qui gagne sa vie dans la sous-traitance horlogère. Le brassage les occupe un jour par semaine. Et ils comptent un employé à 40%. Rentable, la petite entreprise ne va pas non plus réduire la voilure, car «il faut un certain volume pour couvrir les charges fixes».

Boxer: «consommer local»

«Les jeunes brasseurs ne se rendent parfois pas compte des investissements nécessaires pour dépasser le stade de l'amateurisme», explique Peter Keller, le directeur de Boxer. Installée à Yverdon-les-Bains (VD) depuis 2013, elle est la plus grande des petites brasseries romandes, avec ses quelque 5 millions de litres produits chaque année. La tendance à une consommation plus locale a deux avantages, selon son patron. D'abord, elle encourage les petites brasseries à se lancer et permet aux consommateurs de découvrir de nouvelles variétés. Ensuite, commercialement, «l'envie de consommer local nous a bien aidés. Les grandes enseignes nous ont approchés parce qu'elles ont aussi voulu profiter de cette nouvelle demande.»

Aujourd'hui, les Boxer se sont fait une place dans les rayons de Denner, Coop et Landi. Mais, rançon de la gloire, Boxer a dû réduire son éventail de variétés pour stabiliser sa production et mieux gérer la croissance. Malgré son envol et ses volumes, elle ne détient que 1% du marché suisse de la bière. Une goutte d'eau. ■

SERVAN PECA

BIÈRE

Les grands brasseurs suisses sous pression

En Suisse, seul 1 litre de bière sur 100 est produit par les micro-brasseries. Selon l'Association suisse des brasseries, les 99 autres litres sont écoulés par les 50 plus grandes entreprises du pays. Parmi elles, Carlsberg et Heineken détiendraient quelque 70% du marché – un chiffre non officiel.

Le groupe danois Carlsberg a racheté Feldschlösschen en 2000. L'entreprise de Rheinfelden (AG) emploie quelque 1300 personnes en Suisse. Elle ne donne pas le détail de sa production. Impossible de savoir comment se porte Cardinal, qu'elle a déménagée de Fribourg vers l'Argovie en 2010.

La marque Feldschlösschen englobe aussi Kronenbourg, 1664, Bière Valaisanne, Schneider Weisse, Tuborg ou Warsteck. La production totale s'élève à 340 millions de litres par an, selon l'entreprise. Mais ce chiffre inclut ses eaux, Arkina et Rhäzünser, et son soda, Schweppes.

Le numéro deux national est le néerlandais Heineken, basé à Lucerne. Il emploie 760 personnes et revendique 20% du marché suisse, grâce à sa marque éponyme, aux bières locales Calanda, Eichhof ou Ittinger et à ses bières importées comme Amstel, Desperados, Sagres ou Foster's.

Mais ces fabricants sont sous pression. Les importations de bières étrangères ont progressé de 86 à 118 millions de litres par an depuis 2008. ■ S. P.