



54ème colloque
ASRDLF

5-7 juillet 2017, Athènes, Grèce



15th conference
ERSA-GR



Les défis de développement pour les villes et les régions dans une Europe en mutation

Le renouveau microbrasserie en France : Une restructuration des territoires économiques locaux dans un secteur oligopolistique et mondialisé.

Mr Antoine DABAN

Laboratoire CEDETE EA 1210 Doctorant
233 rue Rodolphe Richard 45160 olivet Loiret France
antoine.daban@hotmail.fr 06 29 73 23 18

Référence à la session / reference to the session

S16 - L'activité marchande face aux mutations et recompositions des territoires.

Résumé / Summary

Le renouveau microbrasserie en France : Une restructuration des territoires économiques locaux dans un secteur oligopolistique et mondialisé.

Mots-clefs : Microbrewery, glocalisation, économies alternatives, circuits courts.

Depuis 1985, le secteur brassicole français est en pleine mutation, suite à l'apparition d'un nouvel acteur : la microbrasserie (FLACK, 1992). Ces entreprises à la croissance exponentielle fondent leur dynamisme sur la notion de « territorialité » (HIERONYMOUS, 2015). Au sein d'un marché brassicole oligopolistique et mondialisé (PATTERSON et PULLEN, 2014), comment ces micro-entreprises ont-elles su redéfinir des territoires brassicoles ? Notre hypothèse tient dans le triptyque suivant : patrimonialité, naturalité et localité, synonyme des tendances actuelles de slow food, bio, et locavore.

Cette étude se centre sur les 148 entreprises déclarées microbrasseries dans la région française Grand Est au 02 février 2017. Par l'intermédiaire de deux questionnaires, en ligne puis téléphonique, deux enquêtes ont été réalisées, synthétisées dans les annuaires R. DUTIN (2016) et E. GILLARD (2017). Un échantillon de 97 microbrasseries a ensuite été défini par la comparaison des deux bases de données. Celui-ci permet la mesure quantitative, statistique, et spatiale de 3 variables ; le style de produits brassicoles brassés, les méthodes de brassages utilisées, et les mobilités brassicoles des entreprises de l'échantillon.

Trois grands résultats se détachent de l'étude de ces données. La petitesse des volumes brassés se caractérise par la mise en avant de produits brassicoles non standards : locaux ou historiques. La petitesse des volumes brassés permettent la recherche qualitative des produits brassicoles : bio, pur malt. La petitesse des volumes brassés permet la restriction de l'aire de chalandise des entreprises, limitée dans la majorité

des cas à la commune et au département.

L'étude de ces résultats tend ainsi à définir les nouveaux territoires brassicoles comme patrimoniaux, via des productions non standardisées (HEDE et WATNE, 2013), naturels, avec des productions voulues de qualité (ROUSSE, 2016), et locaux, par un ancrage territorial des entreprises (SCHNELL et REESE, 2003).

Bibliographie / Bibliography

Bibliographie indicative.

TRAVAUX UNIVERSITAIRES.

- DUCRET (Maud), L'identité : un concept clé dans la consommation de produits régionaux. Quels leviers marketing pour ressourcer le sentiment régional des consommateurs? , En ligne, Grenoble IAE, 2015, Disponible à l'adresse : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01270617/document>.

- PATTERSON M. et PULLEN N.-H., The Geography of Beer: Regions, Environment, and Societies, Springer, 2014, 212 p.

ARTICLES ET COMMUNICATIONS SCIENTIFIQUES.

- FLACK (Wes), "American Microbreweries and Neolocalism: « Ale-ing » for a Sense of Place.", Journal of Cultural Geography, Mars 1997, Vol. 16, no 2, p. 37-53.

- HEDE (Anne-Marie) et WATNE (Torgeir), "Leveraging the human side of the brand using a sense of place: Case studies of craft breweries.", Journal of Marketing Management. Janvier 2013, Vol. 29, no 1-2, p. 207-224.

- HIERONYMOUS (Stan), "How Craft Became Craft.", All About Beer, 2015, Vol. 36, no 1. .

- SCHNELL (Steven) et (REESE) Joseph, "Microbreweries as Tools of Local Identity." Journal of Cultural Geography, Septembre 2003, Vol. 21, no 1, p. 45-69.

ARTICLES ET COMMUNICATIONS PROFESSIONNELLES

- FRANCOIS (Baptiste), 2016, Le renouveau de la malterie artisanale, Salon du brasseur - Conférence, Saint Nicolas de Port, 08 avril 2016.

- ROUSSE (Edouard), 2016, Produire localement son houblon, c'est possible, Salon du brasseur – Conférence, Saint Nicolas de Port, 9 avril 2016.

ANNUAIRES ET VULGARISATION.

- DUTIN (Robert), 2008-2016, Annuaire professionnel de la brasserie française, Strasbourg, Edition de la brasserie Française, 2008-2016.

- GILLARD Emmanuel, Bières et brasseries françaises du 21ème siècle – Edition 2017, EBook, 2016, 4715 p. <http://projet.amertume.free.fr/>.