

LA FILIÈRE BRASSICOLE ARTISANALE

Etat des lieux de la filière en Occitanie et perspectives de structuration en vue de la relocalisation des matières premières

Alice LE BALLE

Résumé

Les tendances de consommation mondiale évoluent vers un modèle plus responsable et local, et le domaine brassicole n'y échappe pas. Depuis 2010, l'attractivité pour les bières artisanales a poussé de nombreux brasseurs amateurs à transformer leur passion en activité commerciale, provoquant une forte augmentation du nombre de brasseries. En Occitanie, un besoin de structuration et d'accompagnement a été soulevé de la part des brasseurs. De surcroît, pour être en cohérence avec la démarche responsable des brasseries et pour apporter une différenciation concurrentielle, un fort intérêt pour la production locale de houblon, d'orge et de malt est apparu.

La FR CIVAM Occitanie, fédération régionale associative, souhaite dans le cadre d'une stratégie de développement des filières locales, accompagner la structuration et relocalisation de la filière brassicole en Occitanie. En collaboration avec un réseau multi partenarial, une étude de la filière brassicole débute et révèle la présence de nombreux besoins.

Les travaux menés dans le cadre de ce mémoire ont pour but d'approfondir ces enjeux, de comprendre la structuration de la filière de l'amont à l'aval, et d'identifier les pistes d'améliorations possibles. Pour y parvenir, un diagnostic de la filière fut réalisé au travers d'études bibliographiques et d'entretiens quantitatifs et qualitatifs. Une réunion publique a permis de compléter l'état des lieux et de susciter les interactions entre acteurs locaux pour construire ensemble la filière brassicole.

L'analyse de l'étude a abouti à l'identification d'un ensemble d'actions à mettre en place par le comité de pilotage en coopération avec les acteurs de la filière. Les trois principaux enjeux auxquels répondent les actions sont tout d'abord la relocalisation de la filière houblon et malt en région. Ensuite, l'accompagnement technique et commercial du développement des brasseries artisanales. Et finalement, l'amélioration de l'interconnaissance verticale et horizontale entre les différents acteurs.

Mots-clés : Brasseries artisanales – houblon – orge – malt – étude de filière – plan d'action

Abstract

Over the world, the global consumption trends are evolving towards a more responsible and local model, and the brewing industry is not an exception. As the attractiveness of craft beers strengthen, the number of amateur brewers increased proportionally, resulting in a great reinforcement in the number of local breweries in France and this, since 2010. In Occitanie, brewers have claimed their need for better organization and support. Furthermore, in order to stick with the responsible, eco-friendly image and values of the breweries, and in order to improve the competitiveness of the sector, local producers have achieved finding interest in hops, barley, and malt culture.

The regional associative federation CIVAM Occitanie is willing to support the structuring and the relocation of the brewing industry in Occitanie making it be a part of the strategic development of local sectors. In collaboration with a multi-partner network, a study of the brewing field has started and already reveals the presence of many gaps.

The point of this thesis is to focus and deepen the research on these issues. But also, to try to understand the structuring of this sector from upstream to downstream. And finally, to identify the possible areas of improvement within the industry. In order to achieve this, one would carry out a diagnosis of the sector, thanks to bibliographic studies, and interview, both qualitative and quantitative. Thanks to a public meeting, it was possible to complete the inventory and to encourage the interactions between local actors. They had the keys to build the brewing sector together

The analysis of the study led to the identification of a set of actions to be implemented by the steering committee in cooperation with stakeholders from the industry. The three main challenges to which the actions respond are, firstly, relocating the hops and malt industry in the region. Secondly, implementing technical and commercial support for the development of craft breweries. And finally, improving the vertical and horizontal interconnection between the different actors.

Keywords: craft brewery – hop – barley – malt – pathway analysis – action plan

Remerciements

Je tiens à remercier toute l'équipe de la FR CIVAM Occitanie ainsi que le comité de pilotage du projet pour m'avoir accueillie chaleureusement. Plus spécifiquement, merci à Raphael LEBEAU, mon maître de stage, pour le partage de son expérience, son aide, ses conseils et la confiance qu'il m'a accordée tout au long du stage. Il a su rester attentif à mon travail et m'a permis de découvrir le fonctionnement associatif, domaine qui m'a grandement plu.

Un grand merci à Camille GRENTZINGER du GAL de l'Est-Audois pour sa disponibilité et son soutien malgré la distance. Ses conseils méthodologiques et pratiques sauront m'être bénéfiques dans mon avenir professionnel.

Je tiens à remercier également mon tuteur, Jean-Louis MONLON-BORREL, pour m'avoir accompagnée durant mon stage et la rédaction du mémoire. Ses conseils pertinents, son exigence et son suivi régulier tout au long de ce travail m'ont beaucoup aidée.

Mes remerciements se portent aussi envers toutes les personnes que j'ai sollicitées durant ces six mois de stage pour m'avoir consacré du temps et permis d'enrichir le contenu de mon étude.

Je remercie mes amis avec qui j'ai partagé ces quatre années à Purpan qui m'ont encouragée et soutenue tout au long du cursus.

Finalement, je tiens à remercier mes parents pour m'avoir permis de réaliser ce parcours riche en expériences.

Sommaire

Introduction générale

Partie I : Contextualisation de l'étude

1. La Bière dans le monde
2. Panorama de la bière en France
3. Les CIVAM
4. Problématique

Partie II : Méthodologie

1. Méthodologie générale
2. Etat des lieux de la filière
3. Benchmark d'expériences existantes
4. Diagnostic de la filière
5. Validation d'un plan d'action participatif

Partie III : Résultats

1. Etat des lieux de la filière en Occitanie
2. Problématiques identifiées au sein de la filière
3. Diagnostic final de la filière
4. Enjeux détaillés durant le colloque

Partie IV : Discussions et propositions

1. Limites
2. Propositions

Conclusion générale

Table des sigles

AB : Agriculture Biologique

AGPB : Association générales des Producteurs de blé et autres céréales

AGPH : Association Générale des Producteurs de Houblon

AMCM : Association Minervois Corbières Méditerranée

AOC : Appellation d'Origine Contrôlée

APAMAC : Association pour la Promotion de l'Artisanat du Massif Central

AURA : Auvergne Rhône Alpes

BRIO : Brasseurs Indépendants d'Occitanie

CFAI : Centre de Formation des Apprentis de l'Industrie

CFPPA : Centre de Formation Professionnelle et de Promotion Agricole

CHR : Café – Hôtels – Restaurant

CMA : Chambre des Métiers et de l'Artisanat

DGCCRF : Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

DJA : Dotation Jeune Agriculteur

EPLEFPA : Etablissements Publics Locaux d'Enseignement et de Formations Professionnelle Agricoles

EPCI : Etablissement Public de Coopération Intercommunale

FR CIVAM : Fédération Régionale des Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural

GAL : Groupe d'Action Locale

GIEE : Groupements d'Intérêt Economique et Environnemental

GMS : Grandes et Moyennes Surfaces

MAP : Maintien à l'Agriculture Biologique

PAC : Politique Agricole Commune

PACA : Provence-Alpes-Côte d'Azur

PPAM : Plantes à Parfum, Aromatiques, et Médicinales

SNBI : Syndicat National des Brasseurs Indépendants

Table des abréviations

€ : Euros

Ha : Hectare

HI : Hectolitre

Kg : Kilogramme

Introduction générale

La bière est la plus ancienne boisson alcoolisée connue au monde et la plus consommée après l'eau et le thé (Nelson, 2005). Sa présence dans les habitudes de consommation n'a donc rien d'étonnant. Dans l'après-guerre, l'industrialisation s'implante dans tous les domaines de production et la brasserie n'y échappe pas. Seuls quelques grands groupes sont alors moteurs du monde brassicole et inondent le marché de boissons dont le coût et le goût sont réduits. Mais depuis une dizaine d'années, un mouvement de bière artisanale apparaît nettement en France et renverse le paysage brassicole. En effet, au début des années 1980, on recense une trentaine de brasseries sur le territoire français. En 2019, c'est plus de 1 600 brasseries artisanales qui sont dénombrées, dont 85% ont moins de cinq ans en 2018 (Gillard, 2020). C'est donc une toute nouvelle filière qui voit le jour et qui touche toutes les régions de France, en particulier l'Occitanie, historiquement viticole.

Du fait de sa récente et rapide expansion, la filière brassicole reste fragile et peu structurée. Si des initiatives de structuration ont lieu à divers endroits du territoire et sur différentes thématiques, les retours d'expérience restent encore insuffisamment partagés. De plus, derrière ces 1600 brasseries artisanales, un nombre important d'acteurs, d'emplois et de ressources sont impliqués mettant en avant un besoin d'accompagnement durable de la filière. Puis, dans un contexte général de consommation plus saine et responsable, une volonté d'approvisionnement local et de production durable fait son apparition au sein de la filière brassicole.

La Fédération Régionale des CIVAM d'Occitanie est une fédération associative qui accompagne depuis près de 40 ans des projets collectifs et soutient l'émergence de filières territorialisées en faveur d'une agriculture et d'une alimentation plus durables. La FRCIVAM ainsi que les structures partenaires, ont choisi d'accompagner le développement de la filière brassicole en Occitanie en étudiant les enjeux économiques, sociaux et écologiques associés.

C'est dans ce cadre que s'inscrit ce travail qui vise à réaliser un état des lieux des acteurs, des actions existantes et des thématiques à développer en faveur d'une filière brassicole locale, guidée et fédérée grâce à la participation de l'ensemble des acteurs.

Ce mémoire de fin d'étude se décompose en quatre grandes parties. Tout d'abord, sera présenté le contexte dans lequel s'inscrit la problématique. La deuxième partie détaillera la méthode et les outils utilisés pour répondre aux enjeux identifiés. Ensuite, la troisième partie sera composée des résultats de l'état des lieux. Enfin, des propositions d'actions seront exposées et discutées en dernière partie.

PARTIE 1 : Contextualisation de l'étude

1 La bière dans le monde

1.1 Les principales caractéristiques de la bière

1.1.1 Origine et historique

Les premières traces écrites de la bière datent de 4000 ans avant Jésus-Christ, en Mésopotamie. Pionniers de l'écriture, les Sumériens ont laissé des tablettes d'argiles mentionnant des recettes à base de bière. Finalement, on peut dire que la bière est susceptible d'avoir été produite partout où les céréales sont utilisées pour la consommation humaine (Hébart, 2003).

Importée par les grecs, la bière arriva en Europe environ en 500 avant JC et sut conquérir les Gaulois qui lui associèrent le nom de « Cervoise », issu de Cérès, déesse des moissons. Au Moyen Age, « chaque métairie royale, chaque monastère doit posséder une brasserie », selon un des capitulaires de Charlemagne (Brasseurs de France, 2019) ce qui témoigne de l'importance accordée à cette boisson. Puis, vers l'an mille, le houblon est enfin introduit dans le processus de fabrication pour ses propriétés de conservation et non pour son amertume, pas toujours appréciée.

C'est au XIII^{ème} siècle que cette boisson se développe plus amplement avec l'apparition du métier de brasseur et la création de guildes, organisations de brasseurs en corporation. La fabrication de bière devient alors réellement une activité économique importante.

Pendant la période de renaissance, il n'y eut que très peu de changements hormis la création de nombreuses brasseries partout en Europe. Durant la révolution française, avec l'abolition des corporations et la famine, de nombreuses brasseries disparaissent. Consommer de la bière devient alors un luxe (Chebli, 2017). Il faudra attendre la révolution industrielle pour voir un nouvel essor de la bière.

A l'aube du XIX^{ème} siècle, l'invention du moteur à vapeur par James Watt en 1774, fut une étape clé dans l'industrialisation de la production et du transport de la bière. Puis, deux découvertes scientifiques révolutionnèrent la consommation de cette boisson. Tout d'abord, la découverte de la pasteurisation en 1857 par Louis Pasteur qui permit aux brasseurs d'avoir un produit fini inaltérable et ainsi d'augmenter sa durée de conservation. Puis en 1859, la création de la « machine carrée », machine à ammoniaque qui produit du froid industriel et permet ainsi de produire une bière de qualité indépendamment des conditions climatiques extérieures. Cet enchaînement d'évolutions scientifiques a permis d'obtenir une bière qui ressemble à peu de choses près à notre bière actuelle.

1.1.2 De l'épi au demi

1.1.2.1 Les composants de la bière

Quatre ingrédients sont indispensables à la fabrication de la bière : l'eau, le malt, le houblon et les levures.

- Eau

L'eau constitue environ 90% de la composition d'une bière. Le contrôle de la qualité de l'eau est déterminant car selon la quantité et la nature des sels minéraux qu'elle possède, le goût et le caractère du produit final diffèrent.

- Malt

Le malt est obtenu grâce à la germination de céréales qui permet de rendre accessible le sucre aux levures. La majorité des malts provient de l'orge car cette céréale a une teneur en protéines plus faible que les autres ce qui facilite le maltage. Mais il reste fréquent d'utiliser du malt de blé, de seigle ou encore d'avoine.

Le processus de maltage se déroule en quatre étapes. La trempage, durant laquelle les grains d'orge sont nettoyés, triés puis plongés dans de l'eau durant 3 à 5 jours pour préparer la germination. Une fois cette phase réalisée, la germination a lieu. Le grain est placé dans des germoirs à 12-15°C pendant 5 à 7 jours et à l'issue de cette étape, nous obtenons un malt d'une couleur verte. Lorsque le taux de germination voulu est atteint, le processus est arrêté par le « touraillage » qui va sécher le grain par soufflage d'air chaud. Cette phase de 24 à 36 heures confère au malt un arôme et une couleur qui peuvent différer selon la température et la durée du touraillage. Avant d'obtenir le malt final, une étape de dégermage a lieu afin de retirer les racelles du grain.

Selon le processus de maltage utilisé, nous pouvons obtenir une multitude de types de malt d'orge. Il existe tout d'abord les malts dits de base tel que le malt Pilsner ou bien le malt Pale qui apportent les principales sources de l'activité enzymatique et d'apport en sucre nécessaires à la fabrication de la bière. Puis d'autres malts, utilisés en plus faible quantité, attribuent un caractère ou une couleur spécifique à la bière. Ce sont les malts dits ambrés, bruns, caramels, torréfiés etc.

- Houblon

Le houblon (Figure 1) est une herbacée de la famille du chanvre, cousine du cannabis et de l'ortie. Du fait de sa caractéristique de plante grimpante, elle peut atteindre jusqu'à 8 mètres de hauteur, ce qui explique le caractère imposant de sa structure (Figure 2). Ce sont les fleurs femelles de cette plante qui sécrètent la « lupuline », poudre très prisée des brasseurs. C'est elle qui apporte à la bière l'arôme et/ou l'amertume grâce à son taux d'acide alpha. Plus le taux est élevé, plus le houblon aura un pouvoir amérisant. A l'inverse, plus il est faible, plus il aura un profil aromatique. La majorité des brasseurs utilisent du houblon sous forme de pellets, c'est-à-dire défaits des tiges, moulus et puis comprimés. Le houblon en pellets est plus concentré en acide alpha et se conserve plus longtemps. Une fiche technique détaillant la culture du houblon est disponible en Annexe 1.



Figure 1 : Houblon en cône



Figure 2 : Houblonnière

- Levure

La levure est à l'origine de la fermentation de la bière. Ce micro-organisme transforme le sucre du moût (mélange d'eau chaude et de malt) en alcool et en gaz carbonique.

En plus de ces quatre composants et selon les attendus du brasseur, une infinité d'ingrédients peuvent être ajoutés tel que des céréales non maltées, des fruits, du lactose, du café etc.

1.1.2.2 Le processus de fabrication

La fabrication de la bière se résume en trois grandes phases et débute par le brassage. Au cours de cette phase, le malt concassé est mélangé à de l'eau chaude, c'est ce que nous appelons l'empâtage. Une fois le mélange monté en température, les enzymes amylases vont extraire l'amidon des céréales pour les transformer en sucres et obtenir ainsi un moût sucré. Ce moût est ensuite transvasé dans une seconde cuve et mis en ébullition. Le houblon et les autres épices sont alors incorporés au moût. Arrive ensuite la phase de fermentation durant laquelle le mélange devient bière. Le moût est refroidi à une température voulue par le brasseur puisensemencé avec une levure à bière. La levure va consommer l'oxygène, puis les sucres pour enfin libérer l'alcool et le gaz carbonique. On atteint alors la « garde », phase de maturation pendant laquelle la bière est conservée plusieurs semaines à 0°C dans une cuve de garde. Une fois que les levures ont terminé leur travail, la bière est filtrée puis conditionnée en fûts, en bouteilles ou en canettes.

Selon le type de malt utilisé, les variétés de houblon ajoutées, la température de chauffe, le temps d'ébullition etc. la bière obtenue ne sera jamais identique, rendant ce produit à la fois unique et déclinable indéfiniment.

1.1.3 Consommation et production mondiale

A l'échelle mondiale, la consommation de bière est plus importante que le vin ou d'autres boissons alcoolisées. Plus exactement, en 2009, la consommation de bière est plus de sept fois supérieure à la consommation de vin (Colen et Swinnen, 2015). En 2017, la consommation mondiale de bière s'élève à 1 867 million d'hectolitres (Kirin Beer University, 2018).

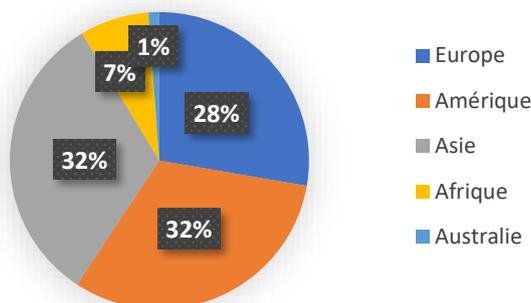


Figure 3 : Part de la production de bière par continent en 2018 (Hop Growers of America, 2019)

Comme le montre la Figure 3, l'Asie fait partie de la tête de liste du marché de la bière en particulier grâce à la production de la Chine qui est le 1er producteur mondial depuis 17 années consécutives. Mais depuis 2012, la production mondiale de bière stagne aux environs de 1 950 million d'hectolitres par an (Barth-Haas, 2019) (Figure 4).

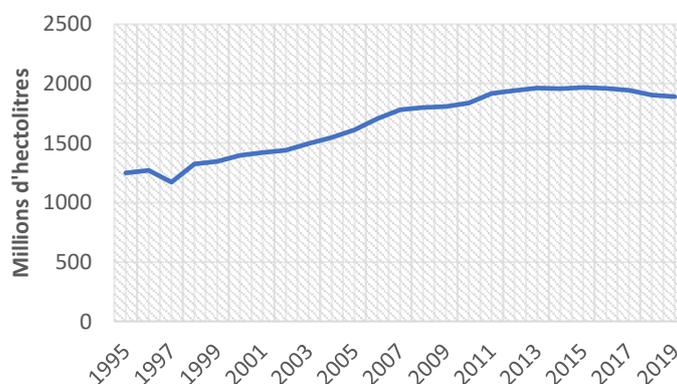


Figure 4 : Evolution de la production mondiale de bière depuis 1995 (Hop Growers of America, 2000, 2005, 2009, 2014, 2019)

Cette phase de stagnation s'explique par une diminution de production des principaux producteurs, la Chine, les Etats-Unis et l'Allemagne où le marché de la bière est mature. A l'inverse, les pays tels que le Brésil et le Mexique qui ne sont pas des consommateurs traditionnels de bière, connaissent une forte croissance de production.

Le marché brassicole est dominé par quelques grands groupes industriels dont les cinq premiers se partagent 60% des parts de marchés mondiaux (Tableau 1). Les 40% restants sont partagés avec 35 autres grandes brasseries mondiales. La France arrive en 8^{ème} position et occupe 2.1% des parts de marché avec le groupe BGI (Brasseries et Glacières Internationale), filiale du groupe CASTEL (Hop Growers of America, 2019).

La taille de ces grands groupes (Tableau 1) résulte d'une succession de fusions-acquisitions. Elles représentent une des seules solutions pour ces grandes enseignes de croître sur un marché brassicole qui stagne. Une autre solution est l'achat de marques de bières artisanales comme l'a fait Heineken en 2019 en investissant plusieurs millions dans une brasserie artisanale, la Gallia (Tassel, 2019) (Beertime, 2019). En effet, dans le contexte actuel du monde brassicole, seul le secteur de la bière artisanale connaît un regain d'intérêt.

Tableau 1 : Production et part de marché des grandes firmes brassicoles (Hop Growers of America, 2019)

Nom du groupe (regroupement de brasseries)	Production en 2018 (1 000 000 hl)	Part de marché
AB-InBen (Belgique)	567	29,8%
Heineken (Pays-Bas)	233,8	12,3%
China Resources: Snow Breweries (Chine)	121	6,4%
Carlsberg (Danemark)	112,3	5,9%
Molson-Coors (Etats-Unis)	96,6	5,1%

1.2 Une renaissance mondiale

1.2.1 Un nouvel intérêt pour les bières « craft »

Si la révolution de la bière artisanale est un phénomène international, les Etats-Unis ont été à l'avant-garde. Dans les années 1920 aux Etats-Unis, en raison de plusieurs facteurs – mouvement de tempérance préconisant l'abstinence à l'alcool, interdictions de vente d'alcool – une grande partie des micro-brasseries ferment leurs portes ou sont rachetées par des grands groupes. La consommation de bière n'est plus prohibée que quelques années plus tard, dans les années 1960. Le visage du monde brassicole est alors dominé par l'industrie et les bières sans caractère. Le brassage maison devient le seul moyen de consommer de la « bonne bière ». Le mouvement craft est initié et explose aux Etats-Unis en passant de 192 brasseries artisanales en 1994 à plus de 4 500 en 2018 avec une part de marché en valeur de 24% (Brewers Association, 2020). Le mouvement s'est ensuite exporté en Angleterre puis en Allemagne et finalement en France.

Il n'est pas évident de définir le concept de « craft » qui vient tout droit des Etats-Unis, car jusqu'à aujourd'hui, aucune définition officielle n'existe. Emmanuel Gillard, biéologue et auteur de l'ouvrage « La bière en France » propose une définition de la bière craft : « *bière artisanale, produite en quantité limitée par des producteurs indépendants à la fois innovants, curieux et créatifs, qui cherchent à mettre en valeur leur terroir* » (Gillard, 2020).

1.2.2 Les caractéristiques d'une bière artisanale, dite « craft »

Une bière artisanale se caractérise et se distingue avant tout par son goût. On attribue généralement aux bières artisanales une qualité gustative supérieure à l'industrielle car c'est un produit très souvent sans additifs et avec une proportion de malt et de houblon plus élevée. Si le marché des bières artisanales représente 2 à 3% du marché mondial de la bière, il absorbe 15% de la production de houblon (Houblons de France, 2015).

La notion d'indépendance est également une caractéristique importante de l'artisanat. L'innovation, la créativité et la curiosité sont au cœur des métiers des brasseurs artisanaux. L'indépendance leur permet donc d'avoir cette liberté de décision et d'initiative.

Le style de production est partie intégrante de ce qui définit le craft. La fabrication de bière « faite maison », selon un savoir-faire traditionnel et avec un équipement industriel réduit, fait le succès de ce mouvement. En effet, l'aspect « artisanal » attire de plus en plus des consommateurs en recherche d'une qualité alimentaire plus élevée et pour qui la naturalité des produits est vecteur de qualité. De plus, selon une étude réalisée en France par « Bienvenue à la ferme » et IPSOS en 2014, 81% des français préfèrent privilégier l'achat de produits alimentaires « made in France » et 77% disent chercher plus qu'il y a cinq ans à connaître l'origine d'un produit alimentaire avant de l'acheter (Bienvenue à la ferme et IPSOS, 2014). Ce sont des arguments qui renforcent le besoin de ne pas s'arrêter à un lieu de production local de bières artisanales mais de l'étendre à son approvisionnement qui pour l'instant est réalisé davantage à une échelle nationale voire internationale que régionale.

2 Panorama de la bière en France

2.1 Un renouveau très présent en France

2.1.1 L'explosion des brasseries artisanales françaises

La France n'a pas échappé au mouvement craft initié par les Etats-Unis. En 1910, on compte 2 827 brasseries sur l'ensemble du territoire dont 1929 dans le Nord de la France (Brasseurs de France, 2019). En 1976, le nombre de brasseries va diminuer jusqu'à atteindre 23 brasseries (Brasseurs de France, 2019). De même qu'aux Etats-Unis, les quelques brasseries ayant traversé la crise des années 1900, sont dites brasseries industrielles ne proposant que des produits standardisés, pasteurisés et avec comme seule différence entre elles le packaging associé. Au début des années 1980, la France s'oriente alors vers le mouvement des bières artisanales.

Le renouveau de la filière est marqué en 1985 par la renaissance d'une première micro-brasserie dans le Finistère, la brasserie Coreff qui est toujours en activité. Cette création amorça la genèse de nombreuses autres unités de production. Les Figures 5 et 6 témoignent de l'évolution importante du nombre de brasseries en France et par conséquent du changement du paysage brassicole.

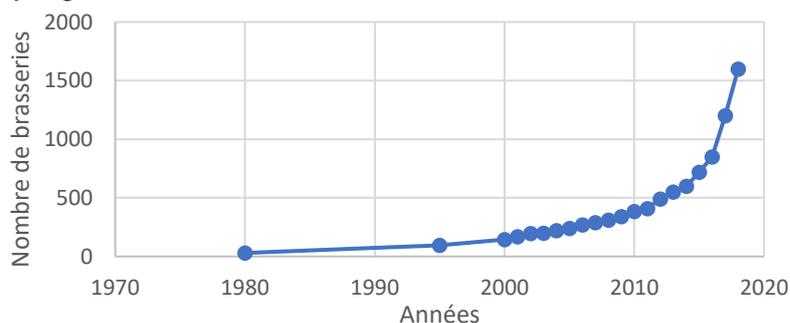


Figure 5 : Evolution des brasseries françaises en activité (Gillard, 2019)

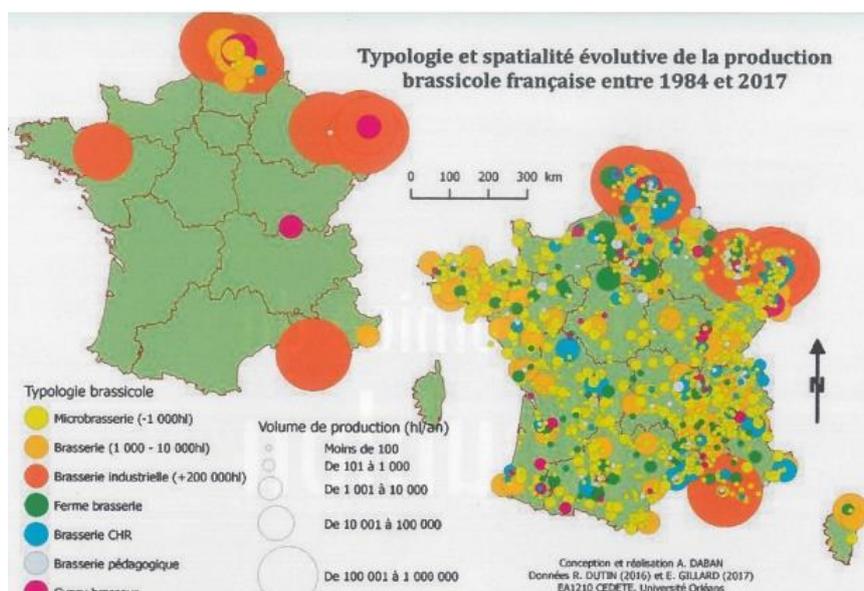


Figure 6 : Typologie et spatialité évolutive de la production brassicole française entre 1984 et 2017 (Gillard, 2020)

En 2019, nous comptons plus de 1600 brasseries en activité et environ 190 en Occitanie (Gillard, 2020). Du fait de la constante évolution du nombre de brasseries, il est difficile de tenir à jour ces données. Emmanuel Gillard cite dans son ouvrage Maxime COSTILHES, délégué général de Brasseurs de France et qui affirmait que : « *En 2017, le rythme de créations était d'une brasserie tous les deux jours. Il a encore augmenté en 2018 et dépasse le seuil d'une par jour* » (Gillard, 2020). Le SNBI quant à lui annonce la création de cinq entreprises par semaines en 2019 (SNBI, 2019).

2.1.2 Typologie des brasseries

De manière générale, nous distinguons les brasseries selon leur volume de production. Les plus petites sont considérées comme des picobrasseries. Avec des volumes plus importants nous parlons ensuite de microbrasseries, puis de brasseries artisanales et enfin de brasseries industrielles. Certains brasseurs ont ce qu'on appelle des fermes-brasseries. Les fermes brasseries sont des entreprises qui produisent une partie voire la totalité des matières premières (houblon, céréales, malt) nécessaires au brassage de la bière. Ces brasseries ont souvent de faibles capacités de production et sont généralement considérées comme des picobrasseries ou des microbrasseries selon le volume produit. La motivation de ces fermes à produire de réelles bières locales provient soit d'une démarche environnementale, soit d'une difficulté à s'approvisionner, soit d'une envie de produire une bière de « terroir ». Finalement, il existe une dernière appellation et plus précisément une marque collective, qui regroupe les « brasseurs indépendants ». Derrière cette catégorie, nous retrouvons toutes les brasseries avec une production inférieure à 200 000 hl et répondant à un cahier des charges de 10 critères. Cette marque est abordée plus en détail par la suite.

Robert DUTIN a proposé une délimitation de chaque typologie de brasserie selon le volume brassé. Grâce à une étude menée en 2017, il a pu établir la proportion de brasserie pour chaque catégorie (Tableau 2).

Tableau 2 : Dénomination et répartition des différentes catégories de brasseries en France (Dutin, 2017)

Dénomination	Volume produit	Part dans la population
Picobrasserie	Moins de 300 hl	51%
Microbrasserie	De 300 à 999 hl	32%
Brasserie artisanale	De 1 000 à 20 000 hl	15%
Brasserie industrielle	Plus de 20 000 hl	2%

2.1.3 Les conventions françaises vis-à-vis des brasseries

S'il est difficile de délimiter, de comptabiliser et de chiffrer la filière brassicole c'est en partie dû à une législation qui est encore floue et peu adaptée à la forte émergence des brasseries artisanales. Deux principales lois permettent de faire une différenciation entre les brasseries.

Tout d'abord, la législation française concernant la production « artisanale » stipule dans l'article 21.III de la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 que, « *seuls des artisans, des artisans d'art, des maîtres artisans ou des personnes morales inscrites au registre du commerce et des sociétés dont le dirigeant social a la qualité d'artisan ou d'artisan d'art pour l'activité en cause peuvent utiliser le mot "artisan" et ses dérivés pour l'appellation, l'enseigne, la promotion et la publicité de l'entreprise, du produit ou de la prestation de service* » (Légifrance, 2016). A cela s'ajoute le fait que juridiquement, une entreprise artisanale est formée de moins de 10 salariés et doit être créée par un artisan répertorié dans le registre des métiers avec au moins trois ans d'expérience dans ce métier (DGCCRF, 2019b).

Ensuite, la seconde différenciation officielle donnée en France concerne le volume de production. Selon le Code général des impôts, les brasseries dont le volume annuel de production est inférieur à 200 000 hl doivent s'acquitter d'une accise de 3.75€ par hectolitre et par degrés alcoométrique. Alors que les brasseries produisant plus de 200 000 hl sont taxées 7.49€ par hectolitre et par degré alcoométrique (Code général des impôts, 2019). Selon le code général des impôts, une petite brasserie indépendante est définie comme une brasserie :

- Qui est établie dans un état-membre de l'Union européenne
- Qui produit annuellement moins de 200 000 hl de bière,
- Qui est juridiquement et économiquement indépendante de toute autre brasserie,
- Qui utilise des installations physiquement distinctes de celles de toute autre brasserie,
- Et qui ne produit pas sous licence.

La législation considère donc qu'en deçà de 200 000 hl produit par an, la brasserie est dite « petite » et au-delà elle est considérée comme « grosse ». En réalité, le nombre de brasseries françaises excédant les 200 000 hl par an reste faible. A titre d'exemple, le Tableau 3 présente les ventes en hectolitre des 10 premières marques du rayon bières, tous circuits confondus sur 12 mois (Rayon Boissons, 2018). Nous pouvons constater que Tourtel Twist, 10^{ème} marque de bières, effectue des ventes inférieures à 200 000 hl tout en étant parmi les plus importantes brasseries de France.

La seule distinction autour du volume de production de 200 000 hl n'est donc pas représentative du marché brassicole actuel.

Tableau 3 : Top 10 des marques de bières en GMS (Rayon boisson, 2016)

Marque	Production
Heineken	2 289 000 hl
Kronenbourg	1 468 000 hl
Leffe	1 267 000 hl
1664	1 174 000 hl
Desperados	823 000 hl
Grimbergen	548 000 hl
Pelforth	342 000 hl
8.6	314 000 hl
Hoeggarden	202 000 hl
Tourtel Twist	171 000 hl

2.1.4 La consommation des français

La consommation de bière a suivi le mouvement des micro-brasseries en passant de 30 litres par an et par habitant en 2014 à 33 litres en 2018 sur une consommation totale de 23.5 millions d'hectolitres (Brasseurs de France, 2019). Pourtant, et même si la France est classée 3^{ème} en nombre de sites de production, elle reste tout de même en fin de liste sur le classement de la consommation du marché européen devant seulement l'Italie qui a une consommation de 29 litres par an et par habitant.

Ces tendances se retrouvent sur la Figure 7 qui témoigne de l'évolution de la consommation et de la production en France. Nous pouvons voir sur cette même figure que l'évolution de la production et de la consommation est cohérente avec l'évolution de l'exportation et de l'importation. Plus le pays est producteur, plus son exportation est importante.

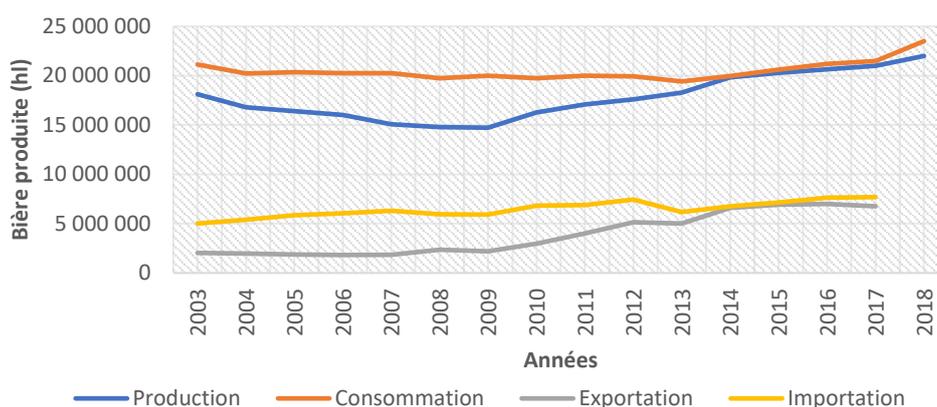


Figure 7 : Evolution du marché brassicole français dans le temps (The Brewers of Europe, 2010, 2015, 2019)

2.2 Le marché de la bière

2.2.1 Le marché économique

2.2.1.1 La place des bières artisanales sur le marché brassicole

Selon Emmanuel Gillard, biérologue, en 2013 il existait sur le territoire français environ 556 brasseries de « petites tailles » (moins de 10 000hl). Au cours de cette année, les brasseries artisanales dépassaient les 1% de la production nationale en atteignant 1.41% de la production. La Figure 8 représente le marché brassicole artisanal en 2019.



Figure 8 : Le marché des brasseries artisanales en France (SNBI, 2019)

En 2018, la totalité du secteur brassicole affiche un chiffre d'affaire de 3.9 milliards d'euros (Brasseurs de France, 2018) et les brasseries indépendantes (moins de 200 000 hl) présentent quant à elles un chiffre d'affaire de 500 millions d'euros (SNBI, 2019). Faute de chiffres incontestables de la part des grands comme des petits brasseurs, il est difficile de fournir des données sur la part de marché en valeur des brasseries artisanales. Concernant les volumes, 22 millions d'hectolitres de bières ont été produits par l'ensemble de la filière (The Brewers of Europe, 2019) dont 1,350 million d'hectolitres provient des brasseries indépendantes (SNBI, 2019). Le SNBI estime dans un communiqué de presse du 16 avril 2018 que les brasseries indépendantes et artisanales totalisent environ 8% du marché en volume avec une croissance de 1% tous les deux ans. Ces mêmes brasseries représentent pourtant 99% des sites de productions brassicoles en France (SNBI, 2019). Une quinzaine de brasseries réalisent 96% du volume et les 4% restant sont produits par les brasseries indépendantes (Gillard, 2020). Ces chiffres témoignent de l'importante place des brasseries artisanales dans le paysage brassicole français.

Malgré cet essor, il ne semble pas exister jusqu'à présent de réelle concurrence entre ces deux catégories d'enseignes et cela pour plusieurs raisons. Tout d'abord, avec une consommation en augmentation, des circuits de distribution différents et un marché global en hausse de 4.2% en 2018, 5% en GMS et 1.8% en CHR (Brasseurs de France, 2018), chacun arrive à trouver sa place sur le marché. De plus, les grandes entreprises ont su s'adapter à cette demande de bières artisanales en réalisant des partenariats avec des artisans brasseurs et en proposant des bières similaires aux bières artisanales : plus spécialisées, sans alcool, plus aromatisées et avec également des packagings similaires. Difficile alors pour les consommateurs de s'y retrouver, ce qui pose la question des moyens de différenciation de ces deux catégories de production brassicole ; l'artisanale et l'industrielle.

2.2.1.2 Un marché générateur d'emplois

Selon le SNBI, les brasseries indépendantes représentent près de 80% des emplois directs de la filière brassicole, soit 5600 emplois directs sur un total de 7094. En sachant que ces brasseries indépendantes ont produit 1 350 000 hl en 2018, il est estimé qu'une production de 280 hl équivaut à un emploi (SNBI, 2019). Les brasseries indépendantes génèrent ainsi 60 fois plus d'emplois directs que les industriels (SNBI, 2018).

2.2.2 Le commerce des matières premières

Pour répondre à cette forte demande de bière, qu'elle soit industrielle ou artisanale, un approvisionnement en malt et en houblon est nécessaire. Si l'offre en malt est en excès sur le territoire français, ce n'est pas le cas du houblon, d'autant plus si la demande est une origine bio.

2.2.2.1 La France au 1^{er} rang mondiale de production de malt

Sur les 11 millions de tonnes d'orge récoltées en France, les orges de brasserie représentent 4 millions de tonnes sur 1.7 million d'hectares. La France est le deuxième exportateur au niveau mondial (Malteurs de France, 2019). Parmi ces 4 millions de tonnes récoltés, 1.8 million est transformé sur le territoire national en 1.5 million de tonnes de malt et ceci au sein des quinze principales malteries. La France exporte 80% de sa production de malt, ce qui fait d'elle le 1^{er} exportateur mondial de malt. Elle contribue à hauteur de 30% aux échanges mondiaux de malt. Les principales destinations sont l'Union Européenne, l'Afrique, l'Asie et l'Amérique du Sud (Malteurs de France, 2019) (SNBI, 2019). On considère que 20% des bières brassées dans le monde le sont avec des orges françaises (Brasseurs de France, 2019). La Figure 9 schématise le marché de l'orge brassicole en France à partir de données datant de 2017, les chiffres restent similaires en 2019.

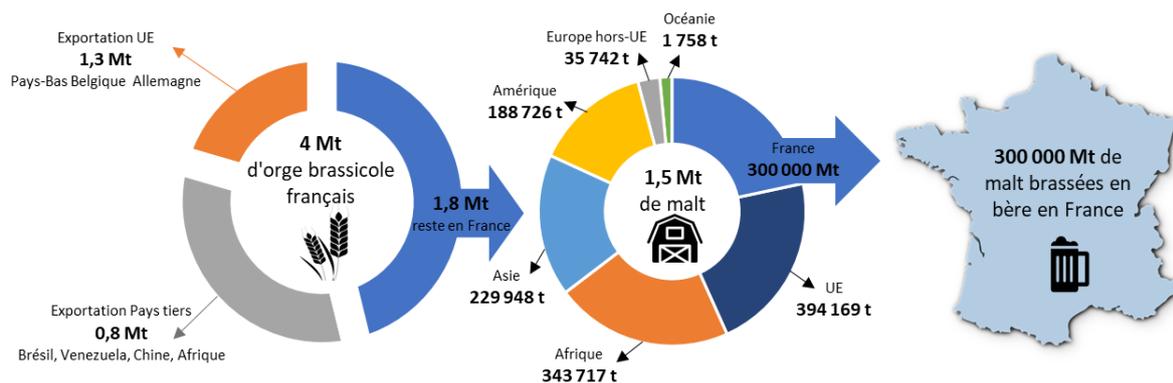


Figure 9 : Le marché français de l'épi au demi (La France Agricole, 2017)

2.2.2.2 Une production de houblon très prisée

La production de houblon quant à elle s'étale sur une surface de 500 ha et dont 95% se situent dans le Nord et plus particulièrement en Alsace (SNBI, 2019). Sur la production totale de 883 tonnes, 30% sont commercialisées sur le marché français et 70% vendues à l'étranger selon un témoignage d'Antoine Wuchner, secrétaire général de l'AGPH, l'Association générale des producteurs de houblon de France (Thomas, 2019). Mais le houblon produit en Alsace et dans le nord de la France est principalement dédié aux brasseries industrielles. Les brasseurs artisanaux sont en recherche de houblons avec des profils aromatiques atypiques, certifiés bio et locaux, demande à laquelle l'Alsace et le Nord ne répondent pas encore. Il y a une volonté de leur part de rattraper le retard avec le lancement d'un programme de recherche variétale qui a abouti à huit nouvelles variétés depuis 2010. Mais pour l'instant, l'offre n'est pas suffisante en quantité et en qualité ce qui explique que 80% de la demande des artisans-brasseurs soit couverte par des importations d'Amérique du Nord et plus spécifiquement des USA où a débuté l'essor des brasseries artisanales (Blaquière, 2019).

2.2.2.3 L'approvisionnement AB

Parmi les 1600 brasseries artisanales et indépendantes de 2019, 285 d'entre elles sont certifiées 100% bio et 30% produisent au moins une bière biologique (SNBI, 2019). La marque AB exige un minimum de 95% d'ingrédients d'origine agricole AB. Le houblon, qui est utilisé dans une quantité inférieure à 5% n'a pas d'obligation à être AB et peut être éligible à une dérogation pour produire des bières labellisées AB avec du houblon conventionnel. Cette dérogation est très utilisée par les brasseurs car l'offre en houblon AB sur le marché tant national qu'international est très faible et rapidement prisée par les grosses brasseries. Mais « à compter du 1^{er} janvier 2021, l'entrée en vigueur d'une nouvelle réglementation réduira la durée de validité de cette dérogation à six mois renouvelable deux fois » (DGCCRF, 2019a). Cette nouvelle réglementation aura beaucoup d'impact sur les brasseurs si d'ici là l'offre en houblon AB n'a pas évolué.

2.3 Une filière qui s'organise à l'échelle nationale

2.3.1 Vue d'ensemble de la filière brassicole

La filière brassicole artisanale s'articule comme toute autre filière autour d'une succession d'actions menées par des acteurs pour produire, transformer, vendre et consommer un produit. Pour réaliser une étude de filière il faut avant tout en comprendre l'organisation et les acteurs impliqués. La Figure 10 propose ainsi vision globale des producteurs jusqu'aux différents circuits de distribution de la filière brassicole artisanale en France. Pour chaque circuit de distribution, le pourcentage de brasseurs l'utilisant est indiqué.

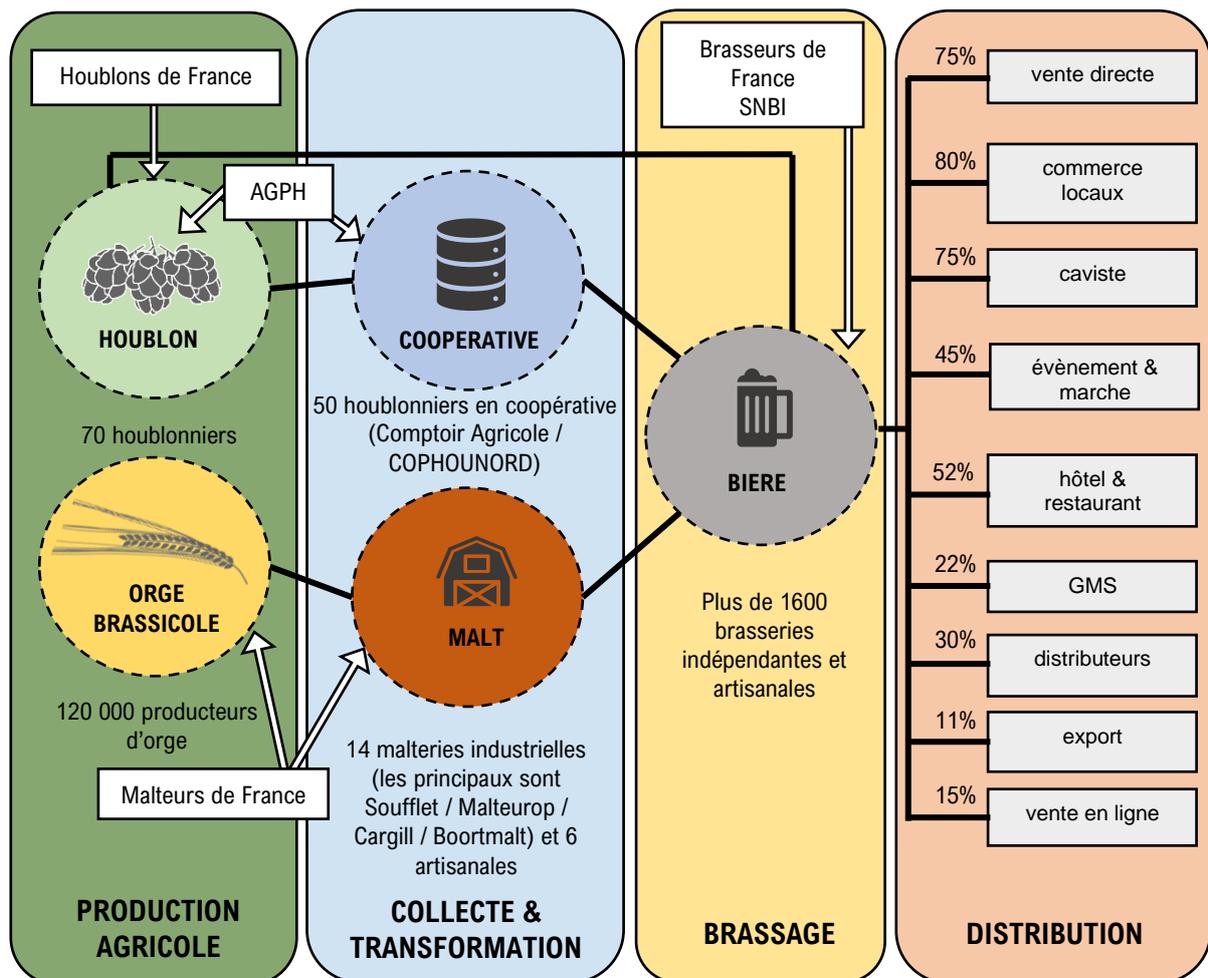


Figure 10 : La filière brassicole artisanale en France issue des données du SNBI (2019)

2.3.2 Des organisations déjà en place

Face à une croissance si forte des brasseries artisanales, il est important d'avoir des organismes permettant de fédérer, représenter et assurer un échange entre les différents acteurs. Actuellement nous en recensons plusieurs et les principaux sont :

- Les Brasseurs de France, créée en 1878 dans le but de fédérer les producteurs de bière. Ce syndicat professionnel de la brasserie française apporte un soutien auprès des producteurs vis-à-vis de la réglementation, de l'étiquetage, de l'économie etc. Avec presque 270 adhérents en 2020, Brasseurs de France représente plus de 98% de la production française de bière, dont notamment les plus importantes telle que Kronenbourg (Brasseurs de France, 2020).

- Le SNBI, Syndicat National des Brasseurs Indépendants a été créé pour défendre et représenter uniquement les intérêts des brasseries artisanales et indépendantes. En 2019, le syndicat comptait 440 adhérents parmi les 1600 brasseries existantes (SNBI, 2019).

Il reste tout de même une majorité de brasseurs qui ne sont pas adhérents à ces structures. Ce sont souvent les microbrasseries et picobrasseries qui ont peu de moyens, peu d'intérêts à y adhérer ou bien qui ne s'y sentent pas représentées.

- L'Association Générale des Producteurs de Houblon de France (AGPH), a été créée en 1935 pour aider à la maîtrise de la production et à sa commercialisation. Son expertise s'étend principalement en Alsace, première région de production (465 ha) et dans le Nord. Depuis peu, la Normandie et le Sud-Ouest y adhèrent également.
- L'association Houblons de France vit le jour fin 2015 dans le but de promouvoir et relocaliser la production de houblon au plus proche des brasseries françaises. En 2019, l'association compte plus de 300 adhérents.

Ces organisations jouent un rôle important dans la structuration et l'accompagnement de la filière brassicole mais elles ont souvent des moyens humains et financiers réduits notamment chez Houblons de France qui est entièrement constituée de bénévoles. Les actions sont alors limitées et avec un temps d'application plus ou moins long. Si la volonté de fédérer les différents acteurs à l'échelle nationale est portée par ces organismes, il est important de soutenir et valoriser ces dynamiques à l'échelle régionale.

2.3.3 Des moyens de différenciation

Comme exprimé précédemment, les brasseries industrielles s'adaptent à la tendance des bières artisanales et la différenciation entre les industrielles et les artisanales est de moins en moins visible. La recherche de moyens de différenciation et de reconnaissance du savoir-faire du brasseur se fait donc de plus en plus ressentir et se concrétise au travers de labels.

Tout d'abord avec Brasseurs de France, syndicat regroupant à la fois les grands groupes industriels et les microbrasseries, et qui a créé une marque « Profession Brasseur » en 2018. Elle engage les brasseurs à :

- Certifier que la bière a été produite (brassée et conditionnée) dans une brasserie française ;
- Respecter les règles d'hygiène et de traçabilité, contrôler les matières premières et le produit aux différentes étapes de la production afin de garantir le savoir-faire brassicole français et la qualité du produit fini. Le cahier des charges contient au total 420 critères d'évaluation ;
- Utiliser leur propre matériel de production et à avoir minimum 3 ans d'expérience dans la profession.

Cette marque ne permet pas finalement de faire une différenciation entre les grands et les petits du monde brassicole. C'est pourquoi, en 2018 le SNBI a décidé de créer la marque collective « Brasseurs Indépendants » répondant à un cahier des charges de 10 critères garantissant l'indépendance de l'entreprise, le caractère naturel des ingrédients ou encore l'origine française du produit :

- Le producteur de bière doit être une petite brasserie indépendante ;
- La brasserie est située en France ;
- La brasserie est le véritable producteur : aucune sous-traitance acceptée ;
- Le nom et l'adresse du brasseur sont clairement indiquées sur tous les étiquetages ;
- La composition du produit est clairement inscrite sur l'étiquette ;
- Le produit est fabriqué uniquement à base d'ingrédients naturels ou d'origine naturelle ;

- Le brasseur n'utilise pas d'additifs artificiels (conservateurs, colorants, etc...) ou d'arômes artificiels dans sa bière ;
- Le brasseur doit respecter la réglementation relative à l'hygiène et la sécurité alimentaire en vigueur ;
- Le brasseur s'engage dans une démarche de qualité microbiologique de ses bières ;
- La brasserie s'engage à respecter l'ensemble de la réglementation en vigueur en France.

Cette marque met ainsi en avant la philosophie des brasseries artisanales et permet de valoriser la filière. Ce label peut être accordé à toute brasserie inférieure à 200 000 hl et permet d'éloigner les grandes enseignes de brasserie mais il semble peu adapté à la majeure partie des brasseries artisanales qui se situe autour des 1000 hl. A l'avenir, une différenciation officielle entre les picobrasseries, les microbrasseries et les brasseries artisanales sera nécessaire.

Puis, il existe bien sûr les labels Agriculture Biologique et Nature & Progrès qui ne sont pas spécifiques à la bière mais qui apportent un critère qualitatif différenciant. Enfin, il existe des labels informant sur l'origine géographique du produit tel que « De Lozère » ou bien « Fabriqué en Aveyron » qui peuvent également être un signe de distinction parmi l'ensemble des bières.

3 Les CIVAM

Un CIVAM est un Centre d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural. A la tête de ce réseau, des agriculteurs qui se rassemblent autour d'une idée, d'un projet, pour développer des actions agricoles et rurales.

3.1 L'origine des CIVAM

3.1.1 Historique des CIVAM

Les CIVAM sont apparus dans les années 50 en faveur de la vulgarisation agricole, de la diffusion du savoir et des progrès agricoles, de la laïcité et de l'égalité des chances pour tous. Le mouvement CIVAM s'est construit au fil des années selon les intérêts des fondateurs, c'est-à-dire les agriculteurs. Au cours des années 80, la Fédération Nationale des CIVAM (FNCIVAM) s'ouvre à un domaine d'activité plus large (tourisme, accueil à la ferme) et s'intéresse aux productions de qualité (bio, produits fermiers), en opposition au système d'intensification de cette époque. Puis, face à la décentralisation des années 1990, des fédérations régionales s'ajoutèrent à la FNCIVAM. Peu à peu, les CIVAM ont su gagner en crédibilité et s'imposer en tant qu'acteurs essentiels dans le développement agricole. Aujourd'hui, ils regroupent paysans, citoyens et acteurs du monde rural pour promouvoir une campagne vivante.

3.1.2 Valeurs partagées

Le réseau CIVAM est avant tout un ensemble d'associations composées d'adhérents qui travaillent en faveur d'un monde rural vivant et empreint de solidarité. Chacun des adhérents est porteur d'idées, d'initiatives et de besoins propres à sa vision locale du monde rural. Ainsi les actions et projets portés par les CIVAM sont très variés et permettent d'échanger avec des partenaires très hétérogènes. Le point commun à tous les travaux du réseau réside dans sa méthode d'application. Les CIVAM ne sont pas à l'initiative des projets, ce sont les acteurs locaux du territoire. Les CIVAM ont pour vocation d'accompagner et d'aider les paysans et autres acteurs du monde rural à co-construire leurs propres solutions en utilisant leurs propres ressources.

A travers leurs actions, les CIVAM cherchent à développer des solutions répondant aux enjeux actuels et à venir, tout en prenant en compte la complexité du milieu rural et du développement agricole. Le métier d'agriculteur est considéré au-delà de son rôle de producteur. En effet, en plus d'être reconnus et valorisés dans leur travail, les agriculteurs sont partie prenante des choix stratégiques décidés au sein du réseau. Finalement, les actions du CIVAM favorisent principalement un mode de production agroécologique mais tout en restant ouvert à toute autre technique de production garantissant « *la préservation des biens communs et le partage des ressources et des productions* » (Réseau CIVAM, 2020).

3.2 La Fédération Régionale des CIVAM Occitanie

3.2.1 Description

La Fédération Régionale des CIVAM Occitanie a été créée dans les années 80. Une vingtaine de fédérations départementales et groupes locaux d'agriculteurs et de ruraux d'Occitanie sont regroupés au sein de cette fédération. Son rôle réside avant tout dans l'animation du réseau et la représentation des adhérents. Les actions de cette fédération sont menées grâce à des ressources financières plus ou moins importantes comme nous pouvons le voir sur la Figure 11. Avec un budget d'environ 500 000 €, les salariés de la FRCIVAM Occitanie, les adhérents et les acteurs du territoire travaillent en coopération sur des projets collectifs en faveur d'une agriculture et d'une alimentation durables.

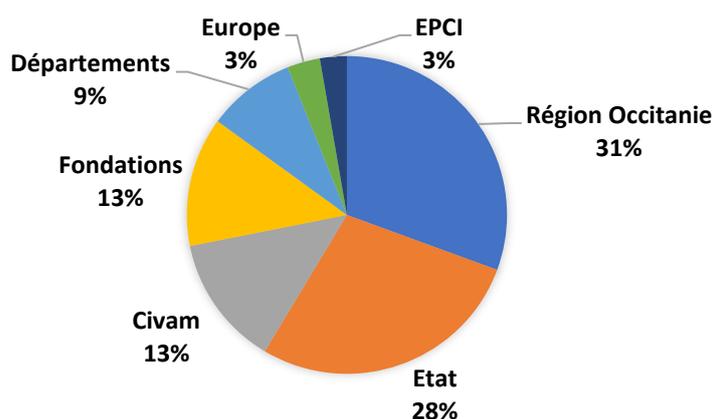


Figure 11 : Répartition des différentes ressources financières de la FRCIVAM Occitanie (2018)

3.2.2 Missions

La FRCIVAM Occitanie compte actuellement six animateurs répartis sur les sites de Montpellier, Carcassonne, Florac et Toulouse. Ensemble et en fonction des aptitudes de chacun, quatre thématiques sont développées au sein de cette fédération.

- « L'agritourisme »
- « L'accueil à la ferme »
- « L'agriculture durable »
- « Les circuits de proximité »

C'est au sein de cette dernière thématique - les circuits de proximité - que le projet de structuration et de relocalisation de la filière brassicole s'insère. En effet, la FRCIVAM Occitanie accompagne et anime des projets collectifs permettant de réintroduire et/ou de préserver la valeur ajoutée et les emplois de filières locales sur le territoire Occitan.

3.3 Un projet multi partenarial à l'origine de la filière brassicole Occitane

3.3.1 L'origine du projet brassicole

Tout a débuté en 2017, avec le travail d'un stagiaire qui réalisa un diagnostic sur la relocalisation de la transformation des céréales dans le cadre du projet Carasso.

Le projet Carasso est un projet de « construction participative de filières de transformation locale de céréales et fruits et légumes plus durables ». Il est issu d'un appel à projet de la fondation « Carasso Daniel & Nina » auquel a répondu la FRCIVAM Occitanie. La fondation Carasso, en hommage à Daniel Carasso fondateur de Danone France, est une fondation qui finance des initiatives d'alimentation durable et l'art citoyen. En répondant à l'appel à projet, un financement fut accordé à la FRCIVAM Occitanie sur une durée de trois ans à partir de 2017.

Le diagnostic de relocalisation des filières céréalières réalisé par ce stagiaire était donc encadré par la FRCIVAM Occitanie grâce au projet Carasso, ainsi que par l'Association Minervois Corbières Méditerranée (AMCM) structure porteuse du Groupe d'Action Local (GAL) de l'Est-Audois, en collaboration avec l'INRA, le Biocivam de l'Aude et le Grand Narbonne. Grâce à ce travail d'enquête et d'analyse, trois dynamiques de filière de transformation locale ont été identifiées : le pain, les pâtes et la bière. Au sein de ces trois dynamiques, une volonté de relocaliser la transformation des céréales sur le territoire est-audois est apparue.

En 2018, des journées d'échanges s'organisent avec des brasseurs pour la relocalisation de la filière orge brassicole en territoire Audois. De ces réunions, des besoins allant au-delà de la transformation de l'orge au malt sont remontés. Les brasseurs sont en recherche d'accompagnement, de formation, d'expérimentation et de mutualisation. En lien avec les stratégies de chacun, la FRCIVAM Occitanie, l'AMCM, le GAL de l'Est-Audois, l'INRA, le Biocivam de l'Aude et le Grand Narbonne souhaitent accompagner et animer un projet d'appui à l'émergence et au développement de cette filière. En effet, l'Occitanie, au même titre que la France, est impactée par l'essor des brasseries artisanales : dans cette région historiquement viticole, le nombre de brasseries artisanales a doublé en l'espace de trois ans pour atteindre 190 en 2019. D'après les chiffres du SNBI sur les brasseries indépendantes, l'Occitanie est la deuxième région en nombre de brasseries après l'Auvergne Rhône Alpes qui en compte 275 (SNBI, 2019). Cet engouement pour les bières artisanales a un impact sur toute la filière et augmente les besoins d'organisation et d'approvisionnement en matières premières et en outils de transformation telles que les malteries.

Les différentes structures accompagnantes de ce projet ont alors défini des axes d'action pour relocaliser et accompagner le développement de cette filière : approvisionnement en orge et en houblon, transformation (maltage, pelletisation du houblon), distribution, gestion des déchets de brasseries (économie circulaire), projets collectifs et mutualisation. Pour mieux définir et démarrer la mise en œuvre de ce plan d'action, une nouvelle mission de stage fut élaborée. Ce projet brassicole s'intègre dans la stratégie du projet Carasso en faveur de la construction de filière locale. La FRCIVAM Occitanie décida donc de valider la demande d'un stagiaire en l'intégrant à ce financement, c'est l'objet de cette étude.

3.3.2 Un projet multi partenarial accompagnant la filière brassicole Occitane

La FRCIVAM Occitanie est à l'origine de la création d'un consortium regroupant des partenaires très hétérogènes mais permettant ainsi d'avoir une expertise à tous les niveaux de la filière brassicole. Parmi eux, nous retrouvons l'AMCM-GAL de l'Est-Audois, l'INRA de Montpellier, les CIVAM dans l'Aude et le Gard ainsi que l'Agglomération du Grand Narbonne qui ont choisi d'être partenaires du projet brassicole. Puis, au cours de la construction du projet, de nouvelles structures s'y sont insérées telle que Erables 31, le SNBI, Houblons de France, Ocebio et Coop de France. Le Tableau 4 présente les différents partenaires accompagnant et participant à la mise en place du projet de relocalisation et structuration de la filière brassicole.

Tableau 4 : Les membres du comité de pilotage

	<p>L'AMCM-GAL de l'Est-Audois anime le programme LEADER – Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale – programme Européen de développement local dédié aux zones rurales.</p>
	<p>L'Unité Mixte de Recherche Innovation et développement dans l'agriculture et l'alimentation réunit des agents de l'INRA, du CIRAD et de Montpellier Supagro et travaille sur les processus d'innovation et de développement dans les systèmes agricoles et alimentaires.</p>
	<p>Le Biocivam 11 est l'association des producteurs bio de l'Aude créée par et pour les agriculteurs bio du département pour le développement, la communication et la promotion de l'agriculture biologique.</p>
	<p>La communauté d'Agglomération du Grand Narbonne regroupe 37 communes. Dans le cadre de sa compétence développement économique, elle accompagne la création d'activités et soutient les initiatives en faveur des filières de proximité et d'un développement agricole durable.</p>
	<p>Erables 31 est l'association des agriculteurs biologiques de Haute-Garonne, elle agit pour le développement de l'agriculture par l'accompagnement technique des agriculteurs bio, leur représentation, la structuration de filières locales et la communication grand public.</p>
	<p>Le SNBI est le Syndicat National de Brasseurs Indépendants. Il a pour mission de fédérer, représenter, aider et défendre l'ensemble des brasseries françaises. Le SNBI est la seule organisation professionnelle qui représente exclusivement les brasseries artisanales et indépendantes.</p>
	<p>Houblons de France fédère les nouveaux producteurs de houblon en France : les néo-houblonniers et anime la relocalisation d'une filière forte, durable et de qualité en coopération avec les acteurs du monde de la bière.</p>
	<p>Ocebio est l'association qui rassemble les entreprises bio de la transformation et de la distribution en région Occitanie. Elle agit pour le développement d'une filière AB régionale durable et solidaire.</p>
	<p>Coop de France Occitanie est un syndicat professionnel, interlocuteur privilégié des coopératives agricoles et agroalimentaires d'Occitanie et de ses filiales.</p>

4 Problématique

L'émulation autour des bières artisanales est une véritable opportunité dans le monde brassicole. Les brasseurs n'ont pas de difficultés à écouler leur production, bien au contraire, car celle-ci répond aux attentes des consommateurs. Cette nouvelle filière répond également à des enjeux économiques, sociaux et écologiques actuels. Mais du fait de sa récente expansion, elle reste fragile et son développement est menacé par plusieurs grands facteurs qui ont pu être identifiés en amont de cette étude. En effet, des travaux précédents l'étude ont permis de mettre en lumière dans un premier temps le besoin de relocalisation et d'accompagnement des brasseurs. Par la suite, une analyse un peu plus approfondie de la filière sur le territoire du GAL de l'est-audois a révélé les principales problématiques de la filière. Un premier plan d'action a alors été rédigé à l'échelle régionale. Les thématiques étant trop floues et le territoire peu connu, cette étude a eu pour but d'enrichir et de détailler ces thématiques ainsi que de constituer un réseau d'échanges et de mise en synergie des projets en région pour engager une dynamique fédératrice de la filière.

Parmi les enjeux identifiés, la première thématique se situe tout d'abord au sein de la différenciation des bières artisanales et des bières industrielles. Celle-ci est aujourd'hui encore apparente mais risque d'être atténuée à l'avenir avec un marché de plus en plus concurrentiel. Il y a donc un réel enjeu à la fois d'accompagnement de l'essor des brasseries artisanales et à la fois de valorisation et de promotion de cette filière artisanale auprès des consommateurs.

En parallèle, les brasseurs éprouvent des difficultés à s'approvisionner car leurs demandes sont faibles quantitativement mais élevées qualitativement. A cela s'ajoute des consommateurs en recherche de toujours plus de proximité, de traçabilité et de qualité dans les produits qu'ils consomment. Pour répondre à ces enjeux d'approvisionnement local, quelques acteurs de la filière commencent à produire leur propre malt et/ou leur propre houblon mais la grande majorité est freinée par le manque de connaissances et d'accessibilité à ces productions. De plus, il est difficile de porter un projet de malterie ou de houblonnière durable avec si peu de visibilité sur la demande du territoire Occitan.

Ce soudain essor des brasseries artisanales touche l'ensemble des acteurs de la filière : producteurs d'orge, houblonniers, coopératives, malteurs, brasseurs, techniciens, chercheurs, animateurs et collectivités. Pourtant, malgré la présence de structures tel que Brasseurs de France, le SNBI ou Houblons de France, les échanges et les retours d'expériences restent faibles tant à l'échelle régionale que nationale et tous les maillons et les acteurs de la filière n'y sont pas représentés. Mettre en lien ces différents acteurs est donc indispensable à la création d'une filière locale et durable.

Face à ces différentes thématiques, la FRCIVAM Occitanie et ses partenaires, cherchent à développer, détailler et valider le plan d'action établi pour accompagner l'essor de ces brasseries artisanales. Un diagnostic de la filière est donc réalisé afin de proposer une stratégie de développement et de relocalisation de la filière élaborée selon le marché brassicole actuel et selon les besoins des acteurs sur la région Occitanie.

L'ensemble de l'étude n'aborde pas volontairement les consommateurs car les brasseurs, en étant en contact direct avec eux, sont les premiers témoins et annonceurs de leurs attentes. La filière que nous étudions commence aux producteurs et s'arrête donc aux brasseurs.

PARTIE 2 : Méthodologie

1 Méthodologie générale

La première étape de ce travail fut une « phase d'exploration » qui a permis de récolter les principales informations concernant la filière brassicole et d'échanger avec le comité de pilotage en charge du projet. Après avoir défini les grands enjeux et attentes autour de la problématique des bières artisanales, une méthodologie adaptée a pu être mise en place. Comme le montre le schéma ci-dessous, la mission s'est déroulée en quatre grandes étapes.

La première et la plus conséquente a été de réaliser un état des lieux général de la filière brassicole en Occitanie. La démarche proposée par le CIRAD (Duteurtre et al., 2000) a été la principale source d'inspiration et d'appui pour la réalisation de cet état des lieux. Assez générale, elle permettait de décliner son contenu en fonction des problématiques du projet. Pour réaliser cet état des lieux, la première phase fut de délimiter la filière avec ses acteurs et ses flux. Pour cela, des recherches bibliographiques ainsi que des entretiens ouverts auprès d'acteurs ressources ont été effectués. Grâce à cette identification des acteurs, la deuxième phase pu être réalisée. En effet, en étudiant les producteurs d'orges, les malteurs ainsi que les houblonniers, l'offre en matière première a pu être quantifiée. Puis, une analyse d'un questionnaire du SNBI à destination des brasseurs a permis de faire des estimations quant aux besoins en malt et en houblon des brasseurs. La troisième phase de cet état des lieux avait pour objectif d'étudier les différents acteurs afin d'en relever les principales problématiques au travers d'entretiens semi-directifs auprès de brasseurs, de houblonniers, de fermes brasseries, de malteurs et de porteurs de projet de malterie de houblonnière. A cela s'est ajoutée la diffusion d'un questionnaire à destination des houblonniers sur le territoire national afin d'approfondir des questions qualitatives et quantitatives évoquées durant les entretiens sur la production de houblon. Aucune étude des consommateurs n'a été effectuée comme nous l'avons déjà expliqué.

En parallèle de cet état des lieux, la deuxième étape fut de réaliser un benchmarking à l'échelle nationale sur les dynamiques de structuration et de relocalisation de filières brassicoles déjà existantes. Après un recensement des dynamiques établies hors région, des entretiens semi-directifs avec ces filières ont permis de créer des fiches expérience propres à chaque dynamique. Cette démarche d'observation et d'analyse des bonnes pratiques hors région permet de reproduire sur notre territoire des actions à succès et ainsi de construire un projet plus durable. De plus, les fiches, à usage public, sont un moyen de mise en commun des retours de chacun et de création d'un réseau d'échanges interrégional.

Les résultats de l'état des lieux et du benchmarking ont été synthétisés pour proposer un diagnostic général de la filière sous la forme de matrice SWOT.

Finalement, les résultats de cette étude ont été présentés à l'ensemble de la filière, du producteur au brasseur, pour aborder en détail les principales problématiques identifiées. Pour cela, un colloque fut organisé avec tous les acteurs professionnels de la filière. La diversité des acteurs et les nombreux échanges ont permis de détailler le plan d'action à mettre en place qui fut ensuite validé avec le comité de pilotage.

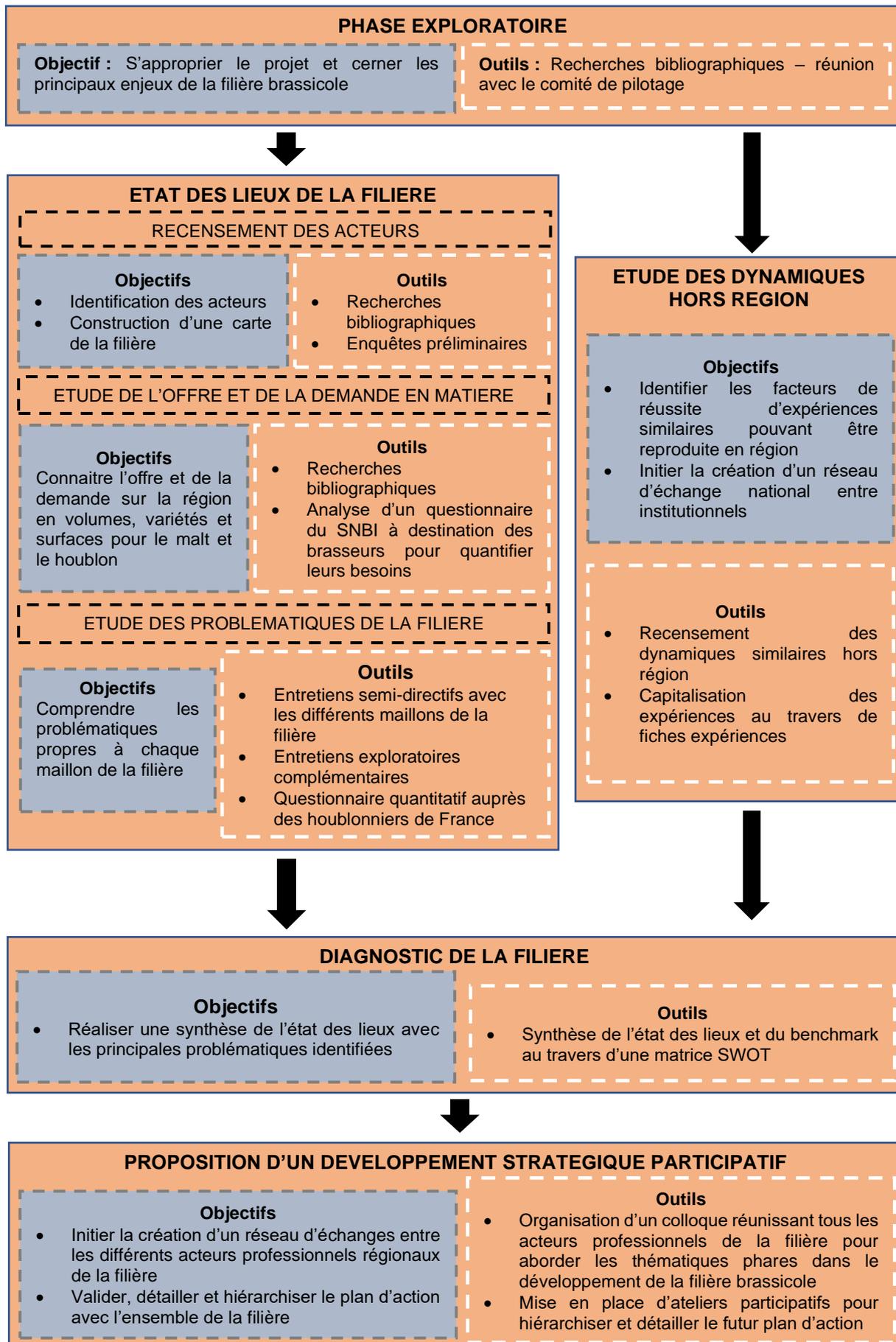


Figure 12 : Démarche générale de l'étude

2 Etat des lieux de la filière

2.1 Recensement des acteurs

Cette étape fut nécessaire pour quantifier la filière et avoir une vision d'ensemble de son étendue mais également pour établir un annuaire recensant tous les acteurs. Pour cela, un travail bibliographique et des entretiens exploratoires ont permis de dresser une cartographie des principaux acteurs associés à la filière tels que les houblonniers, les producteurs d'orges, les malteurs ainsi que les brasseurs.

2.1.1 Les brasseurs

Concernant les brasseurs, il existe plusieurs projets dédiés au recensement et au suivi des brasseries artisanales françaises. Parmi les plus connus, on retrouve le « Projet Amertume », un site internet tenu par le biéologue Emmanuel GILLARD (Gillard, 2020). Puis nous retrouvons également le « DUTIN » qui est un livre présentant l'annuaire des professionnels de la brasserie conçu par Robert DUTIN (Dutin, 2017). Et enfin le livre le « Rigal de la bière » qui est aussi un annuaire des brasseries artisanales et régionales de France écrit par Sonia RIGAL (Rigal, 2019). La compilation de ces résultats, complétée par des chiffres des douanes régionales ont permis d'avoir une vision actuelle du nombre de brasseries sur la région.

Il existe quelques associations en Occitanie, qui cherchent à fédérer la filière à leur échelle. Ces collectifs étant connus dans le monde brassicole, des échanges avec des brasseurs ont suffi à tous les identifier. L'identification de ces territoires et de ces acteurs moteurs est indispensable pour pouvoir par la suite les intégrer à la stratégie de développement de la filière qui est en recherche de dynamiques fédératrices.

2.1.2 Les houblonniers et porteurs de projet

Les producteurs de houblon ont été identifiés grâce à des recherches internet. Ces productions étant peu répandues sur la région, elles font souvent l'objet d'un article dans la presse ou bien sont mises en avant sur les réseaux sociaux. Un membre du comité de pilotage a suivi une formation de houblonnier en 2019 et nous a communiqué les contacts des porteurs de projet de houblonnière sur la région Occitanie. De plus, grâce au bouche à oreille, des futurs houblonniers ont eu connaissance du projet brassicole et se sont rapprochés de membres du comité de pilotage pour se faire connaître. Ainsi, il a été possible de recenser tous les acteurs reliés à la production de houblon sur la région.

2.1.3 Les malteurs

L'activité de maltage est très faible sur le territoire Occitan. Son recensement a donc pu facilement être effectué au travers de recherches internet.

2.1.4 Les producteurs d'orge brassicole

Contrairement aux houblonniers et aux malteurs, le nombre de producteurs d'orge brassicole est beaucoup plus important car c'est une filière déjà bien implantée sur la région. De ce fait, des entretiens exploratoires ont été réalisés avec des experts de filières céréalières et plus spécifiquement de la filière orge brassicole. Nous avons pu échanger avec Gilles GAZAGNES, responsable de la filière orge chez Arterris, principal collecteur d'orge brassicole en Occitanie et avec Marianne SANLAVILLE, chargée de mission filière bio chez Coop de France Occitanie.

2.2 Etude de l'offre et de la demande en matière première

Pour étudier l'équilibre offre – demande, nous avons mis en parallèle la capacité de production des agriculteurs et des transformateurs sur le territoire avec la demande en matière première des brasseurs. Ces données ont ainsi permis de chiffrer les réels besoins en houblon, orge et en malt.

2.2.1 Analyse du potentiel d'approvisionnement en matières premières

2.2.1.1 L'approvisionnement en houblon

Afin de connaître la production actuelle et future de houblon, des entretiens exploratoires ont été effectués auprès de tous les houblonniers et porteurs de projet de houblonnière. Trois thématiques ont été abordées pour chaque entretien :

- L'origine du projet ;
- Les ambitions de production (nombre de plant et d'hectare) ;
- Les principales difficultés rencontrées

Ces entretiens ont permis de faire une estimation et un prévisionnel du nombre d'hectares de houblon sur la région Occitanie. La part de houblon étant faible dans la composition d'une bière, il peut y avoir rapidement un risque de surproduction de houblon. Le but de notre étude étant de se rapprocher de l'équilibre offre – demande.

2.2.1.2 L'approvisionnement en orge brassicole et malt

La production d'orge brassicole conventionnelle et AB a pu être obtenue au travers de deux entretiens exploratoires : Coop de France Occitanie et la coopérative Arterris. Ces entretiens étaient non directifs pour laisser les coopératives s'exprimer librement. Concernant la production de malt actuelle et future, les entretiens qualitatifs auprès de la Malterie du Vieux Silo et du projet de la Malterie Occitane ont permis de connaître la capacité de transformation de l'orge en malt sur le territoire.

2.2.2 Analyse d'un questionnaire à destination des brasseurs

Un questionnaire sur Googleform fut réalisé et partagé par le SNBI de février à juin 2019 auprès des brasseurs de France. Cette enquête s'intéresse aux volumes produits par les brasseurs, aux quantités de houblons et de malt utilisés, à quel prix, sous quel conditionnement, ainsi qu'à l'intérêt qu'ils ont de produire bio et/ou local. L'analyse de ce questionnaire a permis de faire des estimations quant à la demande en matière première sur la région Occitanie. Ce questionnaire est disponible en Annexe 2.

Le questionnaire a atteint 50 réponses sur la région Occitanie. Pour respecter la représentativité de l'échantillon, la méthode empirique est utilisée et consiste à « composer son échantillon sur les bases des caractéristiques connues de la population-mère » (Suristat, 2019). Cette population mère est donnée par DUTIN en 2017 (Tableau 5).

Sur les 50 réponses, il y avait un nombre trop important de picobrosseries en comparaison avec la population mère. Pour avoir un échantillon représentatif et similaire à la population totale, 13 picobrosseries ont été supprimées avec comme règle de décision la date de participation au questionnaire, priorisant les premiers répondants. Nous obtenons alors un total de 37 réponses de brasseurs situés en Occitanie sur un total de 190 selon le SNBI en 2019, soit un taux de réponse de 15%. Le Tableau 5 détaille l'échantillonnage.

Tableau 5 : Echantillonnage du questionnaire auprès des brasseurs

Echelle	Occitanie		Population mère en France (Dutin, 2017)
	Effectif	Pourcentage	Pourcentage
Pico brasseries	20	54,1%	51%
Microbrasserie	12	32,4%	32%
Brasseries artisanales	5	13,5%	15%
Brasseries industrielle	0	0%	2%
Total	37	100,0	100%

Au sein de ce questionnaire, nous pouvons retrouver à la fois des variables quantitatives et des variables qualitatives. Le Tableau 6 présente ces différentes variables.

Tableau 6 : Variables étudiées lors de l'enquête quantitative

Thèmes	Variables quantitatives	Variables qualitatives
Production brassicole	Volume de brassage	
	Part de malt AB dans les achats	
	Part de houblon AB dans les achats	Appréciation de la disponibilité du houblon AB français Souhait d'augmenter l'approvisionnement en houblon AB français
Choix de la variété de malt	Quantité de malt utilisée annuellement	
	Proportion utilisée annuellement par variété	Variétés utilisées
Choix de la variété du houblon	Quantité de houblon utilisée annuellement	Origine
	Proportion utilisée annuellement par variété	Variétés utilisées
Attentes brasseries		Motivation d'achat

Concernant les variables quantitatives, une analyse statistique descriptive est suffisante pour interpréter les résultats. Les variables qualitatives et quantitatives discrètes quant à elles seront traitées via une analyse par tri à plat pour dénombrer l'effectif ou la fréquence de réponses à chaque question. De ces résultats, des tendances sont dégagées et mises sous forme de graphiques.

2.3 Analyse de l'organisation de la filière

L'objectif d'une analyse interne de la filière est de mieux comprendre le positionnement des différents acteurs au sein de la filière et d'identifier les freins qu'ils rencontrent et émettent quant au développement d'une filière locale. En faisant un état des lieux des attentes et besoins de chaque maillon de la filière, il sera alors possible de faire des propositions d'actions adaptées.

2.3.1 Etude des différents acteurs

2.3.1.1 Des entretiens qualitatifs

Le format de l'enquête retenu a été celui d'un entretien semi-directif, qui permet de combiner à la fois de la directivité dans le choix des thèmes abordés mais aussi de la non-directivité dans la chronologie et la façon de les traiter. C'est une méthode adaptée à notre étude car les sujets sont suffisamment connus pour établir un guide d'entretien tout en laissant de la liberté d'expression à l'enquêté pour recueillir un discours en profondeur et faire des découvertes (Berthier, 2013). Pour chaque catégorie d'acteurs, un guide d'entretien fut construit.

Les entretiens qualitatifs ont été effectués auprès des différentes catégories et profils d'acteurs. L'objectif de ces entretiens n'était pas d'avoir un échantillonnage complet mais d'obtenir un éclairage sur les diverses opinions existantes. Hormis pour les brasseurs présents en grand nombre, les acteurs étant faiblement présents sur le territoire, il fut possible de tous les contacter. En revanche, pour des raisons de disponibilité et de localisation, la réalisation des entretiens ne fut pas possible pour certains d'entre eux. Nous avons pu interroger :

- 2 houblonniers ;
- 1 porteur de projet de houblonnière ;
- 1 malteur ;
- 1 porteur de projet de malterie ;
- 1 experte de la filière brassicole.

L'experte brassicole, Garlonn KERGOURLAY, a été choisie au vu de ses nombreuses actions et expériences sur le territoire Occitan. C'est une ancienne déléguée générale du SNBI et actuellement co-fondatrice de l'entreprise « Il était une brasserie », qui accompagne les brasseries sur les techniques de production et sur les stratégies de développement. S'il existe plusieurs experts de la bière en France, sur la région c'est elle la plus à même d'analyser et de témoigner de l'évolution du paysage brassicole.

Il n'a pas été jugé nécessaire de rencontrer des producteurs d'orge car ils sont intégrés dans une filière orge déjà bien installée et dont l'offre n'est pas un enjeu sur la région Occitane.

Pour les brasseurs, la sélection des enquêtés fut plus complexe. Il existe plusieurs profils de brasseurs selon la capacité de production, le mode de production (AB / conventionnel) ou bien les activités complémentaires du brasseur (houblon, malt). L'ensemble de ces profils sont détaillés dans le Tableau 7.

Tableau 7 : Variables utilisées pour l'échantillonnage

Variables	Modalités	Brasserie du Lez	BBT	Arcandier	La Malpolon	Oustal	Domaine des Cascades	Atelier de la fermentation	La Bourdette
Taille	Picobrasserie (inférieur à 300 hl)			X		X	X	X	X
	Microbrasserie (300 – 999 hl)	X			X				
	Brasserie artisanale (1000 – 20 000 hl)		X						
Mode de production	Conventionnel	X	X		X	X	X		
	AB			X				X	X
Production	Seulement brasseur		X		X				
	Brasseur + houblonnier	X		X		X	X	X	
	Ferme brasserie								X

Il n'a pas été possible de connaître la part de chaque catégorie de brasseurs parmi l'ensemble de la profession. Un échantillonnage pour la réalisation des enquêtes n'a donc pu être réalisé. En revanche, nous pouvons nous appuyer sur l'estimation de la population mère proposé par Robert DUTIN en 2017 (cf. Tableau 5). Ce tableau montre qu'en nombre, les picobrasseries dominent le marché, suivies des microbrasseries et enfin des brasseries artisanales. De plus, selon le SNBI, en 2019 18% des brasseries indépendantes sont certifiées 100% bio. Pour nos enquêtes, nous nous sommes appuyés sur ces données. Nous avons sélectionné une part plus importante de picobrasseries et moins de brasseries AB que de conventionnelles. Concernant les activités de productions complémentaires que peuvent avoir les brasseurs (houblon, malt, orge), nous avons choisi d'interroger chacun des profils existants afin d'avoir une diversité des points de vue. Les brasseurs houblonniers ont cependant été favorisés afin d'avoir un maximum de retour sur la production de houblon, même si pour la plupart leur production est trop faible pour être comparable à de réelles houblonnières.

Les entretiens semi-directifs ont donc été effectués auprès de huit profils de brasseurs différents, choisis selon les critères énoncés précédemment (cf. Tableau 7). Parmi les brasseurs enquêtés, trois d'entre eux sont à la tête d'un collectif brassicole. Pour ces trois brasseurs, un guide d'entretien supplémentaire sur leur collectif a donc été ajouté (Annexe 3).

2.3.1.2 Réalisation des entretiens

Pour chacune des catégories d'acteurs, un guide d'entretien a été réalisé. Si le contenu est différent pour chacun, la méthode de construction et le format restent identiques. En effet, les guides d'entretiens sont organisés selon des thèmes et des sous-thèmes identifiés. On distingue à chaque fois trois grandes parties (Kling-Eveillard, 2012) :

- La description générale de l'enquêté et de son activité ;
- La perception du thème et les pratiques autour du thème ;
- La vision de la filière et de son évolution.

Au sein des guides d'entretien, pour respecter la semi-directivité de l'enquête, seules des thématiques apparaissent, il n'y a pas de questions rédigées. Le guide d'entretien est un aide-mémoire pour l'enquêteur qui permet de structurer les échanges mais ne doit pas diriger le discours ni être suivi à la lettre (Kling-Eveillard, 2012).

2.3.1.3 Objectifs des entretiens

- Les brasseurs

Les entretiens auprès des brasseurs ont pour but de connaître leurs pratiques actuelles en termes d'approvisionnement, de contractualisation et d'attentes qualitatives sur les matières premières. Leur intérêt pour le local, le bio, l'artisanal et les labels est également questionné. Les brasseurs étant les premiers utilisateurs du malt et du houblon, ces informations permettent d'identifier les freins qu'ils pourraient évoquer quant à l'achat d'un approvisionnement local. Au-delà de ces thématiques liées à l'amont, nous nous intéressons également au positionnement des brasseurs concernant l'essor des brasseries, la concurrence, les attentes des consommateurs et l'avenir de ce marché. Ces données permettent d'identifier les points faibles des brasseries artisanales et d'en anticiper l'évolution. Le guide d'entretien est disponible en Annexe 4.

- Les houblonniers

La production de houblon est peu développée dans la région car elle connaît de nombreux freins sur l'investissement, l'accès aux terres et aux connaissances techniques de la production. Les guides d'entretien auprès des houblonniers (Annexe 5) et des porteurs de projet de houblonnière (Annexe 6) ont donc pour objectif de connaître les moyens à mettre à place pour dépasser ces contraintes et en tirer des recommandations.

- Les malteurs

Le malteur représente l'acteur central de la filière orge-bière. Les guides d'entretien auprès du malteur (Annexe 7) et des porteurs de projet de malterie (Annexe 8) abordent à la fois l'approvisionnement en orge brassicole, les critères de sélection et de contractualisation mais aussi les produits finis et leur commercialisation.

- L'experte brassicole

Garlonn KERGOURLAY suit attentivement la progression des brasseries artisanales depuis de nombreuses années. Au travers d'un entretien, nous nous sommes intéressés à son travail au sein de la filière, à son ressenti en tant que conseillère brassicole et à sa vision sur l'évolution future du marché brassicole artisanal. Le guide d'entretien est disponible en Annexe 9.

2.3.1.4 Analyse des résultats

Chacun des entretiens a été enregistré pour permettre une retranscription complète des échanges. Grâce à cette retranscription, une analyse des résultats par thématique est effectuée. Les réponses données sur chaque thème et sous-thème sont alors décrites et regroupées si nécessaire. Cette analyse met en avant les catégories thématiques les plus significatives, c'est-à-dire celles qui correspondent aux points de vue les plus différents. Sur la base de ces résultats, une analyse typologique est effectuée pour « *rechercher s'il existe des types ou profils de réponses différents, qui traduisent un type de raisonnement identifié* » (Kling-Eveillard, 2012).

2.3.2 Etude approfondie de la production de houblon

Lors des entretiens avec les houblonniers, certaines problématiques ont été identifiées et pour lesquelles les entretiens qualitatifs n'ont pas permis de répondre. Un questionnaire quantitatif a donc été réalisé afin de valider et d'approfondir ces thématiques auprès d'un échantillon d'individus à plus grande échelle.

2.3.2.1 Conception et diffusion d'un questionnaire auprès des houblonniers de France

Ce questionnaire en ligne a permis d'aborder les enjeux suivants :

- Caractéristiques d'une houblonnière ;
- Utilisation des variétés de houblon ;
- Freins rencontrés lors de l'installation ;
- Attentes des houblonniers.

Pour ce qui est de la population totale des houblonniers, le SNBI recense 50 houblonniers en coopérative, 20 houblonniers indépendants et de nombreux houblonniers produisant à très faible échelle, souvent pour leur propre consommation (SNBI, 2019). Les houblonniers en coopérative sont pour la majorité situés en Alsace et dans le Nord, et ont des exploitations de l'ordre de la dizaine d'hectares. Houblons de France compte plus de 300 adhérents. Tous les adhérents ne sont pas obligatoirement déjà en production, mais il est très probable que l'on dépasse les 20 houblonniers indépendants dénombrés par le SNBI. Le manque de données quant aux « petits » houblonniers ne permet pas de dresser une population mère. C'est pourquoi, dans notre cas l'échantillonnage aléatoire est adapté (de Singly, 2012). De plus, pour cette étude, le modèle de houblonnière recherché et qui correspond aux ambitions des porteurs de projet, se situe entre 2 et 5 ha. Cette dimension permet à la fois d'avoir une activité rentable tout en limitant l'investissement et en ayant une production à taille humaine. Le seul critère de sélection des réponses au questionnaire concerne donc le nombre d'hectares en production qui devra être inférieur à 10ha. Au-delà, la production devient trop importante pour être comparée au modèle de houblonnière recherché.

Parmi les houblonniers, nous retrouvons trois catégories de producteurs ; les urbains souhaitant renouer contact avec la terre et que l'on nomme les néo-ruraux, les brasseurs qui cherchent à être auto-suffisants en houblon, et les agriculteurs qui veulent se diversifier. L'accès aux informations techniques sur la production de houblon étant faible, nous retrouvons au sein de ces différentes catégories une volonté d'échanger et de partager les expériences de chacun. Cette dynamique solidaire se réalise en grande partie sur les réseaux sociaux, principaux moyens de communication de nos jours. C'est pourquoi la diffusion du questionnaire sur la page Facebook de Houblons de France, partenaire du projet et association regroupant le plus de houblonniers indépendants, fut la méthode choisie pour atteindre un maximum de producteurs. En plus de cela, le questionnaire fut diffusé auprès des quelques houblonniers recensés en région Occitanie.

Au total, seules 20 réponses ont pu être recueillies via le questionnaire. Plusieurs facteurs sont envisageables pour expliquer ce faible taux de réponses ; un nombre trop important de questions, un manque de communication quant aux enjeux du questionnaire, une visibilité trop faible sur les réseaux ou bien l'absence de contrepartie. Ce taux de réponse non exhaustif n'est donc pas représentatif de la population mais permet cependant de faire ressortir des tendances quant aux pratiques des houblonniers.

2.3.2.2 Structure du formulaire

Le questionnaire est disponible en Annexe 10. Il a été réalisé grâce au logiciel Google Forms pour des raisons économiques (entièrement gratuit), d'ergonomie (son utilisation est intuitive) et de gestion des informations recueillies qui peuvent être extraites sur Excel.

Le formulaire se structure en trois phases ordonnées :

- La phase de contact

Une introduction au questionnaire est réalisée pour gagner la confiance de l'enquêté (Fenneteau, 2007). Elle présente la structure à l'origine du formulaire, le thème de l'enquête, l'utilité qu'aura le houblonnier à répondre, la confidentialité des réponses ainsi que la durée du questionnaire.

- La phase de centrage

Cette phase adopte une structure en sablier, allant d'abord du général vers le particulier, de ce qui est simple vers ce qui est complexe (Fenneteau, 2007).

Une première partie porte ainsi sur l'environnement dans lequel évolue l'enquêté, dans notre cas nous retrouvons des questions sur la description de la houblonnière. Ces questions visent à récolter des informations auxquelles la personne interrogée peut répondre aisément, sans trop de réflexion et lui permettant d'entrer progressivement dans la problématique de l'enquête.

La deuxième partie est composée de questions plus précises et complexes, et qui rendent compte des motivations et des opinions du houblonnier. On retrouve donc des questions sur les difficultés rencontrées quant à l'installation, à la production de houblon et les améliorations souhaitées.

Finalement la troisième partie s'attarde sur les souhaits, les perspectives d'évolutions et l'intérêt des houblonniers sur différentes thématiques telle que la valorisation des déchets, l'expérimentation variétale et autres.

- La phase de clôture

La phase de clôture permet d'obtenir des informations quant aux caractéristiques de l'enquêtés tel que son lieu d'habitation et son adresse mail.

2.3.2.3 Analyse du formulaire

Les données issues du formulaire sont traitées selon le format quantitatif ou qualitatif de la question au travers de tableaux et de graphiques. Le Tableau 8 présente les différentes variables étudiées au sein du questionnaire.

Tableau 8 : Variables étudiées durant le questionnaire en ligne

Thèmes	Variables quantitatives	Variables qualitatives
Caractéristique houblonnière	Surface de production	Objectifs de production
	Nombre de plants	Format du houblon
	Nombre d'UTH	Conditionnement final
	Récolte en kg	Mécanisation
		Valorisation des déchets
Variétés de houblon utilisés	Nombre de variétés produites	Origine du houblon
		Variétés utilisées
Retour d'expérience		Difficultés à l'installation
		Accès au foncier
		Accès à l'information
		Facteurs impactant la production
Investissement	Investissement pour la mécanisation	Aides financières
	Investissement total	
Commercialisation		Valorisation de la production
		Critères recherchés par les brasseurs
Intérêt des houblonniers		Mutualisation du matériel
		Production de houblon local
		Suivi expérimental
		Augmentation de la production
		Améliorations attendues

Concernant l'analyse des données quantitatives continues, de même que pour l'analyse du questionnaire auprès des brasseurs, l'analyse statistique descriptive semble suffisante. Pour l'analyse des variables quantitatives et qualitatives discrètes, l'analyse par tri à plat est la plus adaptée. Ce questionnaire complètera et validera ou non les résultats des entretiens semi-directifs.

2.3.3 Compréhension des principales problématiques des acteurs

A l'issu des entretiens qualitatifs, certaines problématiques ont été relevées par les enquêtés sans qu'ils sachent comment y répondre. Pour approfondir ces thématiques et réfléchir à des solutions, des entretiens avec des experts ont été réalisés sur les enjeux suivants :

- L'expérimentation variétale de houblon (Mathieu MARGUERIE, chargé de mission en productions végétales Agribio 04 et Bio de PACA) ;
- La mutualisation du matériel agricole (Pascal ICHANJOU, Fédération régionale des CUMA – Hélène THIBAUT, Fédération des CUMA de l'Aude) ;
- L'auto-construction de matériel agricole (Christian ICARD, l'Atelier Paysan) ;
- La sélection variétale de l'orge (Florent CORNUT, SECOBRA).

L'analyse de ces entretiens est intégrée à celle des entretiens semi-directifs afin de compléter directement les problématiques relevées.

3 Benchmark d'expériences existantes

3.1 Objectifs et identification des expériences à approfondir

Le benchmarking est une technique de marketing qui consiste à étudier et à analyser les méthodes de gestion et les moyens d'organisation des structures similaires afin de s'en inspirer et d'en retirer le meilleur. L'Occitanie n'est pas la première région à vouloir accompagner l'essor des brasseries artisanales. Réaliser une veille des actions menées par les autres dynamiques régionales permet d'une part d'intégrer les conditions de réussite à notre projet et d'autre part de créer un réseau d'échanges national entre acteurs moteurs de la filière brassicole.

Le recensement de ces dynamiques s'est principalement effectué au travers de recherches bibliographiques faisant apparaître la création d'associations de brasseurs, de houblonniers ou bien de producteurs d'orge un peu partout en France. Une liste non exhaustive de ces expériences a alors été établie. L'objectif final était d'avoir des retours d'expériences concernant les démarches menées sur la structuration et l'accompagnement de la filière brassicole. Selon la disponibilité des structures, les thématiques étudiées et l'avancée des actions, six démarches ont été retenues et enquêtées :

- HOPEN en Nouvelle-Aquitaine : Création d'une filière de houblon de terroir ;
- Bière de Provence en Provence-Alpes-Côte d'Azur : Expérimentation sur la culture de houblon en conditions méditerranéennes ;
- BIERA en Auvergne-Rhône-Alpes : Construction d'une filière locale de houblon ;
- Interbio en Franche-Comté : Création d'une bière issue d'orge bio locale ;
- De la Terre à la Bière en Bretagne : Mise en place d'une filière bio et locale de l'orge à la bière ;
- MACEO dans le Massif central : Coordination de l'accompagnement des brasseries artisanales.

3.2 Enquêtes auprès des différents acteurs des expériences choisies

Les enquêtes ont été réalisées sous la forme d'entretien semi-directifs avec une question centrale ; la présentation du projet, de son origine à ses perspectives d'évolution. Connaissant suffisamment le sujet, il est possible de relancer la discussion avec des sous-thèmes au préalable identifiés. Ce format d'enquête permet ainsi à la personne interrogée d'avoir une grande liberté dans ses réponses et ainsi d'étudier le fond de la pensée de l'individu questionné. Le guide d'entretien de ces enquêtes est disponible en Annexe 11.

La capitalisation de ces expériences a pris la forme de fiches expérience résumant les différents échanges sur une page recto-verso. Ces fiches expériences ont une charte graphique commune et abordent les mêmes thématiques :

- L'historique du projet et les objectifs ;
- La stratégie de développement ;
- La description du projet ;
- Les partenaires ;
- Les moyens utilisés ;
- Les résultats et le retour d'expérience.

Une synthèse de ce recueil d'expériences permettra de connaître les motivations à l'origine de ces filières, les moyens développés, les points de vigilance ainsi que les bonnes pratiques à reproduire localement. Toutes ces informations permettent finalement de mettre en application une stratégie de développement efficace et durable.

4 Diagnostic de la filière

A l'issu de l'analyse de l'état des lieux et du benchmarking, une matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) est réalisée, comme son nom l'indique, pour mettre en avant les forces et faiblesses de la filière mais également les opportunités et menaces de la filière brassicole. De cette synthèse, un plan d'action est détaillé permettant de répondre aux enjeux identifiés. Afin de le préciser et de le faire valider par l'ensemble de la filière, une journée d'échanges est organisée durant laquelle une synthèse du diagnostic de la filière fut présentée.

5 Validation d'un plan d'action participatif

5.1 Organisation d'un colloque

Le 22 novembre 2019 a eu lieu une réunion générale pour présenter l'état des lieux de la filière brassicole réalisé durant l'étude mais également pour créer des groupes de travail autour de thématiques spécifiques faisant intervenir tous les participants ; agriculteurs, houblonniers, producteurs d'orge, coopératives, malteurs, brasseurs, chercheurs, animateurs, distributeurs et techniciens.

Les principaux objectifs de cette journée sont :

- Permettre aux acteurs de la filière de se rencontrer, d'acquérir et d'échanger des connaissances sur les problématiques qui les concernent ;
- Faire participer collectivement les acteurs au développement de la filière ;
- Mobiliser les partenaires susceptibles de participer et d'accompagner les acteurs et la filière ;
- Valider / compléter / hiérarchiser le plan d'action selon les enjeux grâce aux différents ateliers.

5.1.1 Le déroulement de la journée

Pour définir en détail l'organisation de ce colloque, plusieurs réunions avec le comité de pilotage ont eu lieu en amont. Ces réunions ont abouti au programme de la journée suivant :

- 09h30 : Mot d'introduction
- 10h00 : Conférence « Etat des lieux de la filière brassicole en Occitanie » par Alice Le Balle
- 10h30 : Conférence « La bière et les attentes consommateurs » par Elisabeth Pierre
- 11h00 : Table-ronde avec des témoignages de dynamiques de relocalisation brassicole hors-région
- 12h30 : Buffet de produits bio et locaux, stands d'informations et dédicace d'Elisabeth Pierre
- 14h30 : 1^{ère} session d'ateliers participatifs (enjeux de la culture du houblon, sélection variétale de l'orge, mutualisation et projets collectifs, économie circulaire)
- 15h40 : 2^{ème} session d'ateliers participatifs (expérimentation variétale du houblon, transformation de l'orge au malt, attentes consommateurs et différenciation des bières régionales)
- 16h40 : Mot de clôture

5.1.2 Les moyens financiers

Pour accueillir plus de 150 participants, proposer un buffet, faire venir des intervenants, les loger et communiquer sur l'évènement, un important budget a été demandé. Sa prise en charge financière a été effectuée par deux projets complémentaires portant sur l'accompagnement de la filière brassicole en région (Tableau 9).

Tableau 9 : Budget du colloque brassicole

Structure	Financier	Dépenses pris en charge		Total
FRCIVAM	Projet Carasso	1 520€		9 822€
AMCM	GAL / LEADER	80%	8 302€	
	Région	10%		
	Grand Narbonne	10%		

Tout d'abord et comme précédemment introduit, le projet Carasso qui a pu grâce à la fondation Daniel et Nina Carasso financer une partie du projet brassicole porté par la FR CIVAM Occitanie et ses partenaires.

La seconde et majeure partie du financement du colloque fut obtenue grâce à un projet de coopération LEADER. Ce projet s'insère dans le programme européen LEADER dédié au développement des zones rurales et à la coopération entre territoires. Ainsi, quatre GAL coopèrent sur la thématique brassicole. De manière plus précise, ils travaillent sur la mise en réseau des acteurs de la filière et sur la capitalisation d'informations en participant par exemple à la réalisation des fiches expériences des dynamiques hors région. Les quatre GAL concernés sont : le GAL de l'Est-Audois (11/34), le GAL Causses Cévennes (48), le GAL Cévennes (30/34) et le GAL Terres Romanes en Pays Catalan (66). Un cofinancement de la Région Occitanie et de la communauté d'agglomération du Grand Narbonne a également été apporté à l'AMCM.

5.1.3 Les moyens de communication

Afin d'avoir une logistique optimisée et d'assurer la réservation des 150 places, il a fallu communiquer rapidement sur l'évènement. Trois mois avant le colloque, une première invitation de pré-réservation fut envoyée à l'annuaire des contacts de la filière et fut également relayée par l'ensemble des partenaires. Un formulaire de pré-inscription sur Framiform permis de recueillir les noms des participants ainsi que leur catégorie socio-professionnelles. En un mois, ce formulaire a recueilli 50 pré-inscriptions.

Une fois le déroulement de l'évènement plus détaillé, une invitation officielle fut envoyée à l'ensemble de la filière (Annexe 12). Deux semaines avant le colloque, l'évènement affichait complet.

Finalement, la plus grande partie de la communication réalisée sur l'évènement du 22 novembre et sur le projet brassicole dans son ensemble, fut due aux nombreux partenaires qui ont su relayer les informations sur leurs différents réseaux.

5.2 Choix d'un plan d'action

5.2.1 Animation d'ateliers participatifs autour des principaux enjeux

Cette journée constitua l'aboutissement d'un travail de diagnostic de la filière impliquant chacun des partenaires. En amont de l'étude, des thématiques avaient été envisagées pour faire l'objet d'ateliers participatifs durant le colloque. Cette étude a permis de renforcer, de valider ces thématiques et de faire intervenir certains des acteurs-clés recensés. Au total, ce sont sept ateliers qui sont organisés, présentés sur la Figure 13.

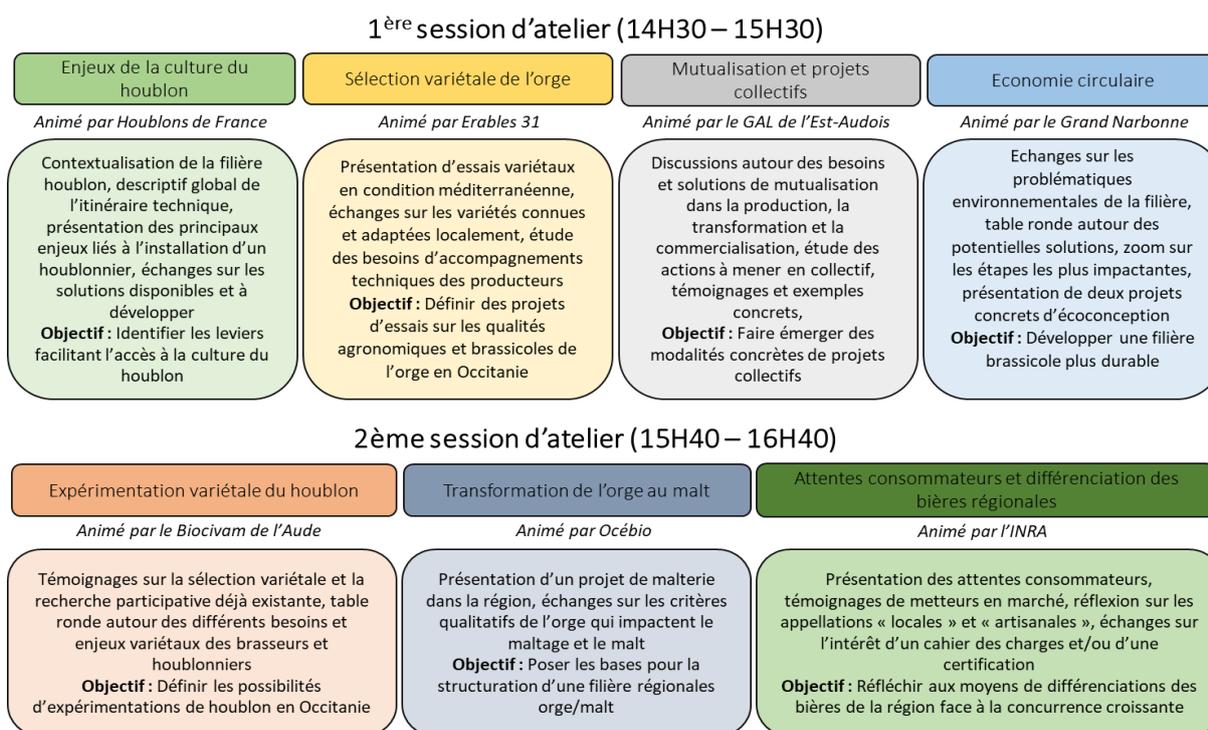


Figure 13 : Présentation des différents ateliers du 22 novembre

Pour chaque atelier, un référent a été assigné. Ces référents sont des partenaires du projet qui, selon leur domaine de compétence, se sont portés volontaires pour animer un atelier. A l'issue du colloque, chaque animateur d'atelier réalisa une synthèse des échanges ayant eu lieu. De ces synthèses, un compte rendu fut réalisé rassemblant les principales propositions, points de vigilance et attentes des acteurs.

5.2.2 Validation d'un plan d'action

Avec les résultats de l'étude et l'appui du comité de pilotage, un plan d'action fut développé. Afin de le faire valider, le colloque et plus précisément les ateliers ont été organisés. Cette journée a permis de donner la parole aux participants, aux différents membres de la filière afin d'intégrer leurs connaissances et leurs opinions pas toujours prises en compte au sein du plan d'action. Car si le collectif de partenaires à l'avantage d'être diversifié en regroupant à la fois des techniciens, des animateurs, des brasseurs, des houblonniers, des producteurs et des chercheurs, il n'est cependant pas représentatif de l'ensemble des acteurs de la filière.

Bilan de la journée : en associant le plan d'action développé en amont et les synthèses des ateliers, il a été possible de mettre en place un plan d'action en adéquation avec les besoins de la filière. Une fois ce plan d'action rédigé, chaque partie prenante du projet s'est positionnée sur une thématique qu'elle maîtrise. Cette délégation permet de sécuriser l'avancée du projet de structuration et de relocalisation de la filière.

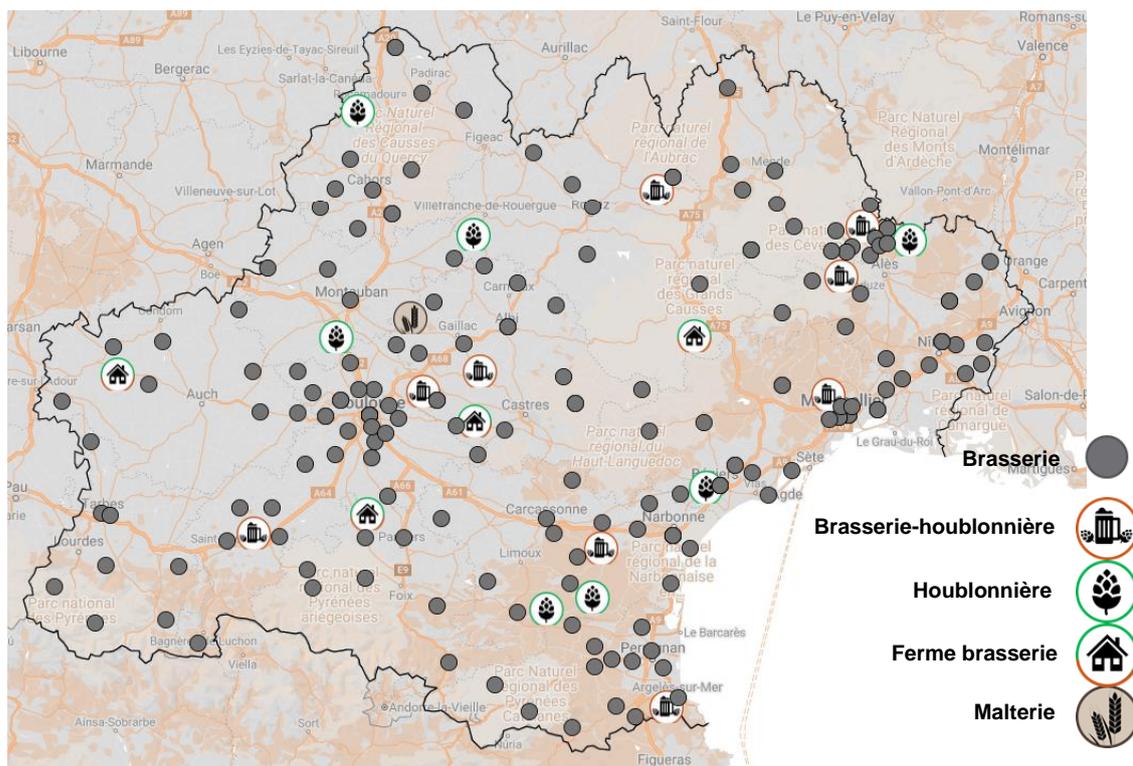
PARTIE 3 : Résultats

1 Etat des lieux de la filière en Occitanie

1.1 Les acteurs du territoire Occitan

1.1.1 Cartographie des acteurs, de l'amont à l'aval

Afin de visualiser la répartition des différents acteurs, une cartographie a été réalisée (Figure 14). Celle-ci témoigne d'une répartition homogène des zones de production de houblon. Concernant les brasseries, leur localisation est corrélée à la répartition de la population, les villes les plus riches en brasseries artisanales sont donc Toulouse, Montpellier, Perpignan, Nîmes et Alès. Les productions d'orges brassicoles ne sont pas représentées car trop nombreuses.



1.1.2 Les brasseurs

Comme expliqué dans la méthodologie, le nombre de brasseries évoluant chaque jour, il est difficile d'avoir des données actuelles. Cependant une estimation est possible. Pour cela, deux ressources ont été utilisées. Tout d'abord, le « Projet Amertume », qui est un projet débuté en 2003 par Emmanuel Gillard et qui est consacré à la dégustation de bière et au recensement des brasseries artisanales françaises. Selon son annuaire, fin 2019, l'Occitanie comptait 195 brasseries artisanales. En parallèle, en présentant le projet aux douanes régionales, il a été possible d'obtenir le nombre de personnes déclarant avoir une activité commerciale de brassage en Occitanie. Un total de 242 brasseries a été obtenu. La Figure 15 détaille ce nombre par département.

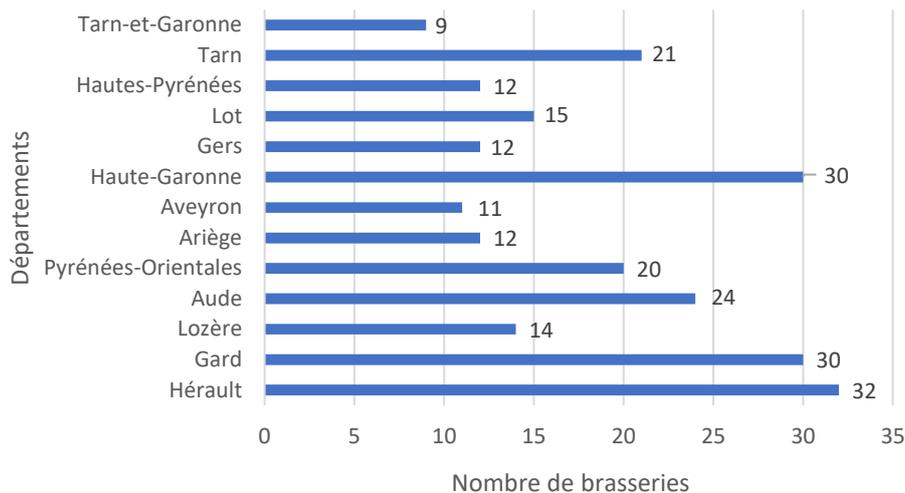


Figure 15 : Nombre de brasseries par département de la région d'Occitanie (Douanes régionales, 2019)

Nous pouvons donc constater un important écart entre les données du « Projet Amertume » et celles communiquées par la douane. Cette différence peut s'expliquer d'une part du fait que certaines nouvelles brasseries n'ont pas été recensées au sein de l'annuaire. D'autre part, il est possible que certaines brasseries ayant fermé ne l'aient pas encore signalé aux douanes. Nous estimerons donc qu'il y a entre 195 et 242 brasseries sur la région Occitanie.

1.1.3 Les houblonniers

Grâce à la méthodologie utilisée, nous avons pu identifier :

- 9 brasseries artisanales produisant du houblon
- 4 fermes brasseries
- 7 houblonniers
- 9 porteurs de projet de houblonnière.

1.1.4 Les producteurs d'orge brassicole et malteurs

Les cahiers des charges des malteries sont très souvent stricts sur la qualité du grain d'orge brassicole. Il arrive souvent que la production soit déclassée en orge fourragère car hormis la variété utilisée, il n'y a pas de différence entre ces deux cultures. En effet, l'orge à destination de l'alimentation est plus riche en protéine. A l'inverse, l'orge à destination de la brasserie est sélectionnée selon des caractéristiques propres au maltage (moins de protéines, taux d'humidité spécifique, homogénéité etc.) et requiert davantage d'attention que l'orge commune. Il n'y a donc pas de distinction entre un producteur d'orge brassicole et d'orge fourrager. C'est pourquoi, Gilles Gazagnes, de la coopérative agricole Arterris, a indiqué qu'il y avait 400 producteurs d'orges fourragères et brassicoles confondus en Occitanie.

Concernant les malteurs, en plus des quatre fermes brasseries qui ne produisent que pour leur propre consommation, il n'existe qu'une seule malterie artisanale sur la région, la « Malterie du Vieux Silo ». En revanche, un projet de malterie déjà bien avancé a été identifié près de Toulouse, porté par deux brasseurs Toulousains.

1.2 Etude de l'offre et de la demande

1.2.1 La production des producteurs d'orge et des malteurs

Les estimations de la production d'orge de brasserie sont assez floues voire inexistantes pour plusieurs raisons que nous a indiquées Nicolas Ferenczi, responsable des affaires internationales à l'Association Générale des Producteurs de blé et autres céréales (AGPB). Car à ce jour, il n'existe pas d'aide de l'état spécifique à cette culture, ce qui permettrait d'avoir des données de production et l'agriculteur ne saura qu'au moment de la récolte si l'orge sera classée fourragère ou brassicole. Il est donc difficile d'avoir des estimations de production. Quant aux organismes de recensement, ils ne font pas encore de distinction entre ces deux cultures. Finalement, seuls les organismes de collecte peuvent avoir une idée de la production d'orge sur le territoire.

Marianne SANLAVILLE, chargée de mission filières bio à Coop de France Occitanie, nous a indiqué que la collecte d'orge brassicole biologique sur la région avait été de 602 tonnes, soit 9% du volume national. Les variétés produites étaient la Calypso et la Maltesse (orge d'hiver).

La coopérative agricole Arterris, principal organisme de collecte de la région, a reçu en 2019, 12 000 tonnes d'orges brassicoles conventionnelles de la variété Prestige (orge de printemps) (données de Gilles Gazagnes). Une seule variété est produite pour obtenir des lots homogènes et faciliter le maltage. 90% de cette récolte est envoyée en malterie en Espagne. Des chiffres qui montrent que l'approvisionnement en orge brassicole dans la région n'est pas un problème mais que la transformation de l'orge au malt en est un.

En effet, la seule malterie présente sur le territoire, la Malterie du Vieux Silo, a une capacité de production de 500 tonnes de malt bio par an. Il existe ensuite le projet de la « Malterie Occitane » qui d'ici 2021 permettrait de transformer davantage l'orge locale avec une production de 1 500 tonnes de malt, bio et conventionnel par an.

1.2.2 La production des houblonniers

Des entretiens exploratoires auprès des houblonniers et des porteurs de projet ont permis de quantifier la capacité de production du houblon de la région Occitanie. Les productions des fermes brasseries et des brasseurs houblonniers n'ont pas été prises en compte car produites sur des très faibles surfaces, le houblon ne représente pas une activité commerciale.

Le Tableau 10 est un prévisionnel des achats de plants par ces producteurs durant les cinq prochaines années. Il informe sur le nombre d'hectares de houblonnières prévu tout en prenant en compte le décalage de 3 ans avant d'atteindre une productivité optimale. Ces données ont de fortes chances d'augmenter en vue du développement de la filière et de sa relocalisation en Occitanie.

Tableau 10 : Prévisionnel de l'offre en houblon en Occitanie

Houblonnière	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	Actuel		En projet							
Total (ha)	1.9	1,9	8.2	13.2	13.2	18.2	18.7			
Productivité optimale (ha)	0	0	0	1.9	1.9	8.2	13.2	13.1	18.2	18.7

1.2.3 Les besoins des brasseurs

L'analyse du questionnaire du SNBI communiqué auprès des brasseurs d'Occitanie a permis d'estimer les besoins et motivations d'achat des brasseurs en malt et houblon. Le nombre de brasseurs se situant entre 195 et 242 selon les ressources, nous avons réalisé les différents calculs avec un nombre moyen de 218 brasseries artisanales.

Les 37 réponses analysées sont représentatives de la population mère. C'est-à-dire que le pourcentage de picobrasserie, de microbrasserie et de brasserie artisanale parmi les 37 réponses est similaire à la population totale de brasseries. Chaque brasseur nous a indiqué le nombre d'hectolitre produit/an, ainsi que le volume de houblon et de malt consommé/an. Grâce aux 37 réponses des brasseurs, nous avons calculé une moyenne de production et de consommation de malt et de houblon d'un brasseur. En extrapolant ces données aux 218 brasseries, il nous a été possible d'estimer la production totale de bière sur le territoire mais également la consommation totale de houblon et de malt par les brasseurs (Tableau 11). Pour faciliter la compréhension des calculs, un extrait des réponses au questionnaire est disponible en Annexe 13.

Tableau 11 : Données de production et de consommation des brasseurs en Occitanie

Moyennes	1 brasseur	218 brasseurs
Production de bière (hl)	499 hl	108 747 hl
Consommation de malt (t)	14 t	3 019 t
Consommation de houblon (kg)	173 kg	37 785 kg

1.2.3.1 Les besoins des brasseurs en malt

Comme nous l'indique le Tableau 10, les besoins des brasseurs en malt sur la région (toutes céréales confondues) sont d'environ 3 019 tonnes. Au travers du questionnaire, les brasseurs ont indiqué les variétés qu'ils utilisaient.

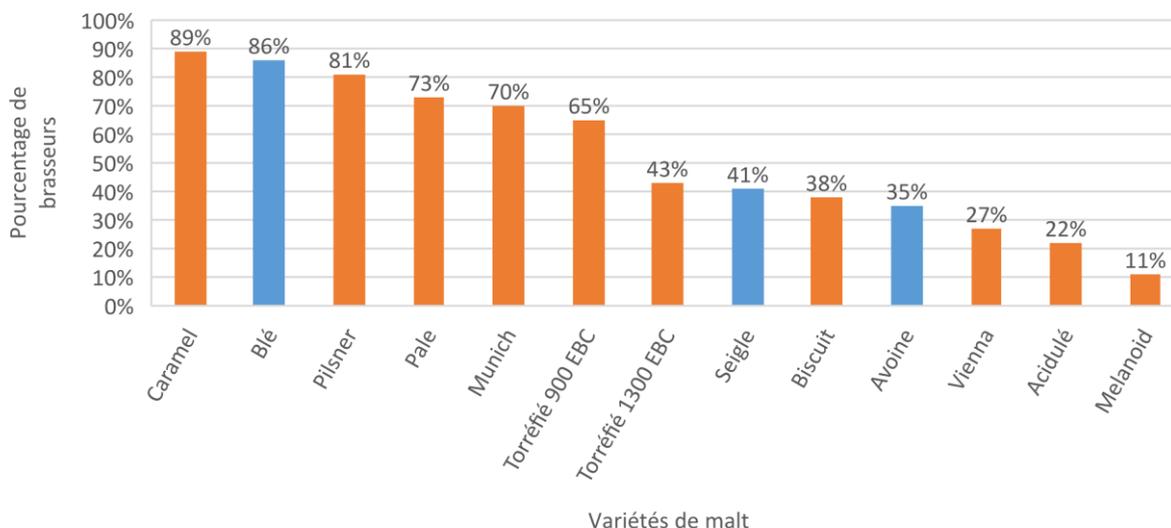


Figure 16 : Pourcentage de brasseurs utilisant certaines variétés de malt

La Figure 16 présente le pourcentage de brasseurs utilisant chacune des variétés de malt. Ces pourcentages ne représentent en aucun cas des quantités de houblon consommées. Nous pouvons voir sur cette figure qu'il est récurrent pour les brasseurs de consommer du malt issu de céréales autre que l'orge brassicole (blé, seigle, avoine). Si le malt de blé est utilisé par autant de brasseurs (86%), c'est parce que les bières blanches, communément produites par les brasseurs, sont réalisées à partir de malt de blé. En Occitanie les productions en 2018 de blé tendre (variété utilisée pour le malt), de seigle et d'avoine sont respectivement 1,2 million de tonnes, 29 000 tonnes et 13 000 tonnes (DRAFF, 2020). Au vu de l'importante production de ces céréales sur la région, nous ne les considérons pas comme un enjeu de production sur la filière brassicole. C'est pourquoi nous cherchons à connaître la demande uniquement en malt d'orge brassicole.

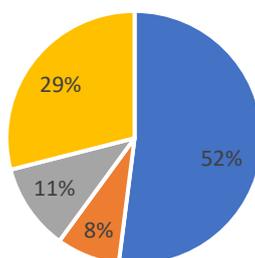
Au sein du questionnaire, les brasseurs ont indiqué dans quelles proportions ils utilisaient les variétés de malt (0% - 1 à 20% - 21 à 40% - 41 à 60% - 61 à 80% - 81 à 100%). En connaissant ces proportions, il nous est possible d'estimer la quantité de malt de blé, seigle et avoine utilisée par les brasseurs. Le Tableau 12 présente les moyennes d'utilisation pour chacune des variétés.

Tableau 12 : Moyennes d'utilisation des malts de blé, seigle et avoine par les brasseurs

	0%	10.5% (1 – 20%)	30.5% (21 – 40%)	50.5% (41% - 60%)	Moyenne d'utilisation
Blé	5	24	6	2	14.5%
Seigle	22	14	1	0	4.8%
Avoine	24	14	1	0	4.2%
				Total	23.5%

Les brasseurs utilisent en moyenne 23.5% de malt non issu d'orge brassicole. En soustrayant ce pourcentage à la demande totale de malt de 3 019 tonnes, nous obtenons une demande en malt d'orge d'environ 2 309 tonnes.

Une tonne d'orge correspond à environ 0.83 tonne de malt selon la qualité de l'orge, la germination voulue, le taux d'humidité etc. Nous pouvons estimer que pour répondre à la demande en malt d'orge de la région, il faut produire 2 782 tonnes d'orge brassicole. En s'appuyant sur la Figure 17, nous pouvons estimer que 60% de l'orge utilisée est bio et 40% conventionnelle. Ce qui correspond à une demande en orge biologique de 1 669 tonnes et de 1 113 tonnes en orge conventionnelle.



■ Je n'utilise que du malt bio ■ J'utilise beaucoup de malt bio ■ J'utilise un peu de malt bio ■ Je n'utilise pas de malt bio

Figure 17 : Part d'utilisation de malt biologique par les brasseurs

1.2.3.2 Les besoins en houblon

L'analyse du questionnaire nous permet également de qualifier et de quantifier les besoins en houblon des brasseurs. De même que pour la consommation de malt par les brasseurs, il nous a été possible de connaître la consommation de houblon qui s'élève à 37 785 kg. Le questionnaire a révélé que seulement 5% des brasseurs utilisaient le houblon sous forme de cônes. Le reste utilise des pellets T90 (Figure 18), correspondant à du houblon compressé. Lors du processus de transformation du houblon en pellet, les tiges sont retirées permettant d'enlever 10% du poids du houblon en cône. T90 signifie donc que les brasseurs n'ont à utiliser que 90g de pellet au lieu de 100g de cône. En prenant en compte les 5% des brasseurs utilisant des cônes, et la perte de poids de 10% du pellet, nous obtenons une demande de 39 485 kg de houblon pour l'ensemble des brasseurs du territoire ($37\,785 * 0,95 * 1,1 = 39\,485$).



Figure 18 : Houblon en pellet T90

La Figure 19 indique que 28% des brasseurs n'utilisent presque que du houblon bio, soit l'équivalent de 11 056 kg. L'offre en houblon conventionnel étant disponible sur le marché français et international, elle ne représente pas un enjeu d'approvisionnement pour les brasseurs. A l'inverse, le houblon biologique, beaucoup moins produit et indisponible sur le marché, représente la « denrée rare » des brasseurs et ceci davantage avec la fin de la dérogation sur le houblon bio qui arrive en 2021 (DGCCRF, 2019a). Cela explique la faible utilisation de houblon bio par les brasseurs.

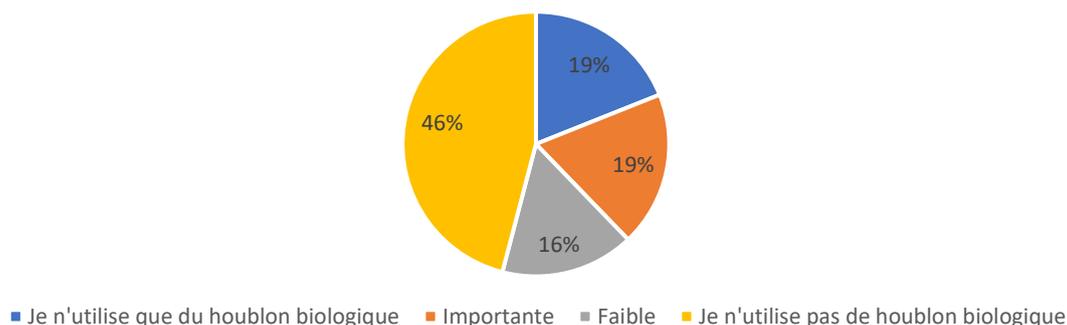


Figure 19 : Part de houblon biologique dans l'approvisionnement des brasseurs

En revanche, comme nous pouvons le voir sur la Figure 20, environ 75% des brasseurs seraient intéressés par du houblon bio. La réalité de la demande en houblon bio n'est donc pas représentative des attentes des brasseurs. Dans le cadre de cette étude, nous prévoyons qu'avec une offre en houblon bio davantage disponible, la demande sera celle présentée sur la Figure 20.

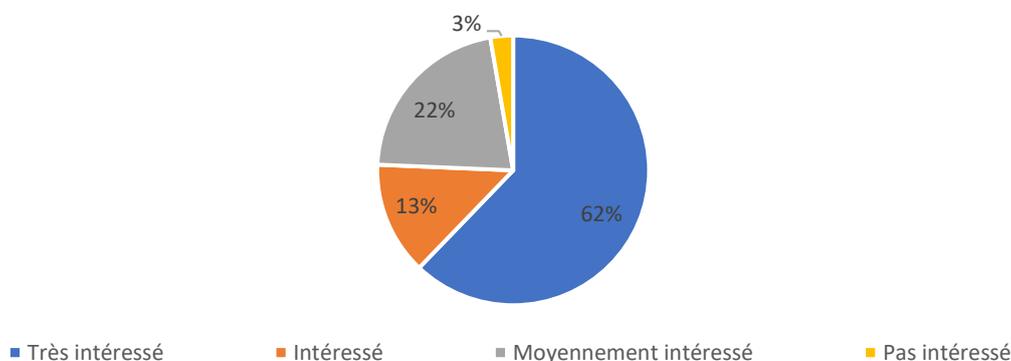


Figure 20 : Evaluation de l'intérêt des brasseurs à utiliser du houblon biologique

En estimant la demande à 75% de houblon bio, nous obtenons des besoins de 29 614 kg de houblon bio et 9 871 kg de houblon conventionnel. Une houblonnière a un rendement moyen de 1 300 kg/ha en bio et 1 600 kg/ha en conventionnelle (HOPEN, 2018). Nous pouvons alors estimer un besoin de 23 ha de houblonnière bio et 6 ha de houblonnière conventionnelle.

Concernant les attentes qualitatives des brasseurs, le questionnaire a mis en évidence les variétés de houblon les plus utilisées (Figure 21).

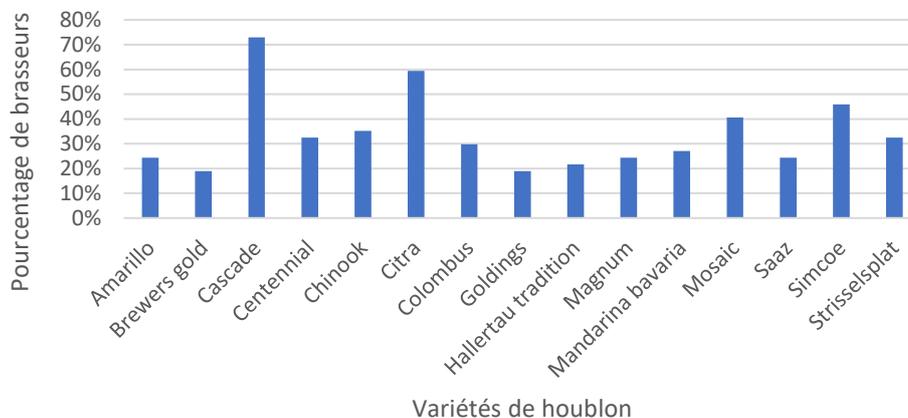


Figure 21 : Les 15 variétés de houblon les plus utilisées par les brasseurs

En complément, l'analyse du questionnaire auprès des houblonniers a permis de connaître les variétés étant produites dans les conditions pédoclimatiques de la région Occitanie (Figure 22).

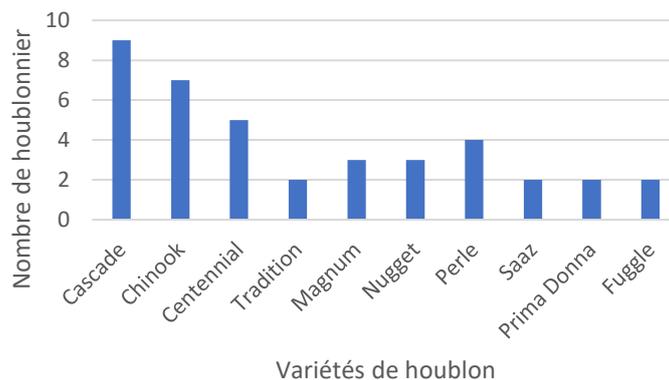


Figure 22 : Variétés de houblon produites par les houblonniers en Occitanie

En comparant ces deux graphiques, nous pouvons voir que parmi les quinze variétés les plus demandées par les brasseurs, plusieurs sont en capacité d'être produites en région telle que les variétés « Cascade », « Chinook », « Centennial », « Magnum » ou encore « Saaz ». De plus, la Figure 23 témoigne du fort intérêt des brasseurs pour l'origine France, le local et plus particulièrement le bio. Le développement d'une filière locale de houblon biologique est donc possible en Occitanie et serait bien accueilli par une majorité des brasseurs.

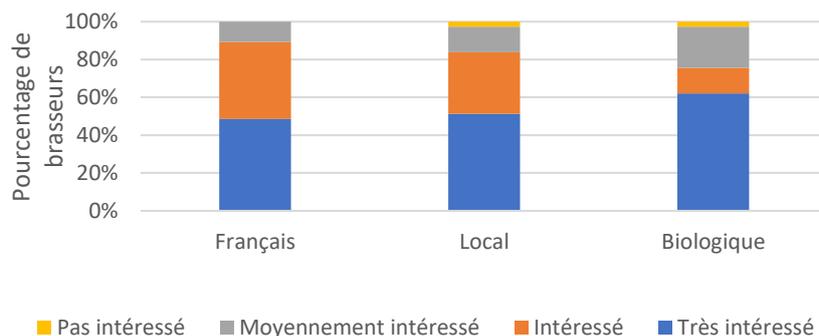


Figure 23 : Intérêt des brasseurs selon différents critères de production du houblon

1.2.4 Synthèse de l'offre et de la demande

Tableau 13 : Synthèse de l'offre et la demande en matière première

Offre en orge brassicole	Demande en orge brassicole
12 000 tonnes d'orge brassicole conventionnelle 602 tonnes d'orge brassicole bio	1 113 tonnes d'orge brassicole conventionnelle 1 669 tonnes d'orge brassicole bio
Offre en malt (toutes céréales confondues)	Demande en malt (toutes céréales confondues)
2000 tonnes de malt (500t du Vieux Silo et 1500t de la Malterie Occitane)	3 019 tonnes de malt
Offre en houblon bio	Demande en houblon
Moins de 2 ha en 2019 (2 600kg)	11 056 kg de houblon bio (soit 8,5 ha) 28 429 kg de houblon conventionnel (soit 17,7 ha)
Future offre en houblon bio	Future demande en houblon
18,7 ha en 2027 (24 310 kg)	29 614 kg de houblon bio (soit 23 ha) 9 871 kg de houblon conventionnel (soit 6 ha)

Exception faite pour l'orge brassicole conventionnelle, l'offre en matière première au sein de la filière brassicole n'est pas suffisante. Il y a un besoin d'accompagnement des agriculteurs vers une conversion en bio pour assurer l'approvisionnement local. Pour ce qui est du malt, grâce au projet de la Malterie Occitane, l'offre tend à s'équilibrer avec la demande. La production de houblon reste inférieure à la demande. D'autant plus que la majorité des houblonnières n'atteindra son potentiel optimal de productivité que trois ans plus tard.

Concernant la demande en matière première, que ce soit en orge, malt ou bien en houblon, celle-ci est à nuancer suivant l'évolution de la filière brassicole. Le développement des brasseries en région fera certainement augmenter la demande. A l'inverse certains brasseurs se disent être intéressés par le local mais dans la pratique leur choix sera différent. D'autres sont intéressés par un approvisionnement local mais seulement pour une partie de leurs matières premières. L'offre nationale et internationale garantit une diversité de matières premières, source de différenciation des bières. Il sera difficile de proposer une diversité de houblons locaux pouvant concurrencer l'offre actuelle sur le marché international. L'objectif n'est pas de convaincre l'ensemble des brasseurs de s'orienter vers des produits locaux mais de leur donner la possibilité de le faire, au minima pour une gamme de bière. Pour cela il faut leur proposer une offre en houblon qui concurrence le marché international d'un point de vue variétal, qualitatif et économique.

2 Problématiques identifiées au sein de la filière

2.1 Synthèse des entretiens qualitatifs

2.1.1 Les besoins des brasseurs

2.1.1.1 Des attentes vis-à-vis de l'approvisionnement local

L'approvisionnement en malt des brasseurs se fait soit via la malterie artisanale du Vieux Silo, soit via les malteries industrielles telles que Soufflet et la Malterie du Château. Tous les brasseurs s'accordent à dire qu'une malterie artisanale induit une forte variabilité des malts produits et donc des bières. De plus, l'artisanal implique très souvent un prix de vente plus élevé que tous les brasseurs ne sont pas prêts à soutenir. Certaines, telles que les picobrasseries, qui ont de faibles productions de bière et une approche de vente très locale, s'approvisionnent en totalité dans des malteries artisanales car pour elles, « l'engagement pour le local dépasse la variabilité du malt » (Brasserie La Malpolon). D'autres intègrent un pourcentage de malt local dans leur recette pour avoir une plus-value sur la vente, c'est avant tout un atout commercial. D'autres, avec une production plus importante favorisent des malts industriels pour sécuriser la stabilité de leur bière. L'achat de malt local n'est donc pas évident pour tous les brasseurs et doit répondre en priorité à certains critères qualitatifs.

De même que pour le malt, la qualité et le prix du houblon sont les critères les plus attendus par les brasseurs. Mais les variétés locales et l'impact du terroir, beaucoup plus présent que dans le malt, sont très recherchés par les brasseurs pour créer de nouvelles recettes et apporter une plus-value commerciale à leur bière. Un travail d'expérimentation sur les variétés de houblon est à réaliser pour proposer des houblons de terroir avec une intensité aromatique suffisamment développée.

L'utilisation de houblon en pellet a presque fait l'unanimité chez les brasseurs. En effet, le pellet apporte de nombreux avantages tel qu'un meilleur stockage, plus d'efficacité et une conservation plus longue. Le développement d'une activité de pelletisation semble donc nécessaire à la construction d'une filière houblon en Occitanie.

2.1.1.2 Différents profils de brasseurs

La stabilité du malt et donc d'une bière entre en ligne de compte pour le brasseur selon les retours qu'ils ont des consommateurs. Certaines brasseries, souvent les plus petites, ont une approche de vente transparente et mettent en avant cette variabilité que les clients comprennent et apprécient même. C'est une catégorie de consommateurs qui est en recherche de nouveautés dans les bières consommées. « Selon les matières premières utilisées, le résultat n'est pas toujours le même mais l'essentiel c'est que ça soit bon ? Pour un vigneron chaque année le résultat change, pourquoi ça serait différent pour la bière ? » (La Bourdette). A l'inverse, certains brasseurs témoignent de l'intérêt des clients pour des bières constantes entre les différents brassages. Dans ces cas-là, il est nécessaire pour le brasseur d'avoir des matières premières similaires entre les différentes commandes.

Les petites brasseries ont l'avantage d'avoir des cuves avec un volume suffisamment faible pour réaliser des tests et se tromper sans prendre trop de risques. Pour les brasseries plus importantes, les brassages se font sur de plus gros volumes et donc avec une marge de manœuvre plus faible.

Certains brasseurs, petits ou grands, sont en faveur d'une adaptation des recettes en fonction des possibilités locales mais cela dépend du « charisme » du brasseur et de son réseau. « Ce sont souvent des brasseurs qui ont les moyens financiers et l'impact sociétal permettant de proposer des nouveautés, mais également d'assumer des échecs » (Garlonn KERGOURLAY, experte brassicole).

Finalement de manière générale, quelle que soit la catégorie, il y a une volonté de soutenir la production locale mais selon le type de consommateur, la taille de la brasserie et les convictions des brasseurs, l'homogénéité et la stabilité priment sur le local. A chaque malterie sa brasserie et à chaque brasserie son client.

2.1.1.3 La valorisation du « local »

Les petites brasseries n'éprouvent pas de réel intérêt pour promouvoir le « local » car elles ont déjà leurs clients auprès duquel elles peuvent directement communiquer sur leurs bières. A l'inverse, les moyennes et grandes brasseries sont en demande de différenciation des productions car leurs circuits de distribution, notamment en GMS, se font de plus en plus concurrentiels. Pour de nombreux brasseurs, il y a un fort enjeu de valorisation du local pour se protéger des industriels. Puis, il y a de plus en plus d'abus sur l'utilisation du terme « local » qui est très souvent galvaudé et nécessiterait plus d'encadrement. « Il n'y a pas de problème pour faire une bière avec du houblon de Nouvelle-Zélande, mais il ne faut pas dire que c'est une bière locale » (La Malterie Occitane). Mais de cette volonté de différenciation, plusieurs problématiques émanent.

Tout d'abord concernant le support de la différenciation. Un label pourrait être la solution la plus efficace avec notamment les AOC qui permettraient de mettre en avant l'effet terroir comme c'est le cas pour le vin ou le cidre. Mais il existe déjà de nombreux labels (artisanal, SNBI, BIO, Nature & Progrès etc.) et cela risquerait de perdre le consommateur. Une autre possibilité serait le dépôt d'une marque commune ou l'intégration d'une marque déjà existante telle que « Fabriqué en Aveyron ». Mais pour choisir le support, il faut avant tout savoir ce que nous voulons faire valoir derrière. Le local intéresse tout le monde mais pourtant, très peu savent quoi y associer et quelles en sont les limites. « Où commence et s'arrête une bière artisanale locale ? » (La Malpolon). Une fois la filière davantage relocalisée, il sera plus facile d'identifier les critères nécessaires à valoriser pour une production « locale ».

2.1.1.4 Les conditions de pérennité des brasseries artisanales

La totalité des brasseurs s'accordent à dire qu'ils n'ont pas de difficulté à écouler leur stock et sont même bien souvent en rupture de stock. Ils sont également tous d'avis de dire qu'il y a de la concurrence mais qu'elle n'est pas gênante pour le moment. « Il y a de la place pour tout le monde si le résultat est qualitatif car, tout comme le vin, il est possible d'aimer plusieurs bières différentes » (Brasserie du Lez). En revanche, dans certaines zones où le marché commence à être saturé, il sera de plus en plus difficile pour un brasseur de s'installer sans avoir un produit de niche.

Jusqu'à présent, les deux principales raisons de fermeture des brasseries proviennent de projets fragiles et/ou d'une mauvaise qualité des bières. Beaucoup de brasseurs amateurs se sont lancés dans une activité commerciale de brassage sans savoir gérer une entreprise. Même si être brasseur est un métier de passion, cela reste avant tout un business à part entière. Concernant la qualité, « ce n'est pas parce que tu fais de la bonne bière en 20 litres que tu en feras de la bonne en 1000 litres » et « ce n'est pas parce que c'est artisanal que c'est bon » (Garlonn KERGOURLAY). Il est donc conseillé au porteur de projet de brasserie, de débiter une activité avec des brassages à façon ou via des collaborations avec des brasseurs pour valider leur recette, de se créer un réseau, de tester du matériel de plus grande envergure, d'avoir des retours et ainsi sécuriser leur future activité.

Par ailleurs, les brasseurs suivant ou non des formations techniques, hygiéniques et managériales, sont pour beaucoup encore en activité du fait d'un encadrement législatif jusqu'à présent peu clair. Les réglementations risquent d'évoluer pour davantage contrôler la forte progression des brasseries artisanales. Il deviendra alors de plus en plus nécessaire d'accompagner ces brasseries pour pérenniser leur survie et les emplois induits en mettant à leur disposition des formations adaptées.

2.1.1.5 Les besoins des groupements fédérateurs

Les collectifs de brasseurs présents en Occitanie ont pour objectif de fédérer la filière et d'échanger sur les pratiques. En effet, si un brasseur fait de mauvaises bières, cela impacte toute la filière, d'où l'intérêt de se regrouper pour échanger sur les techniques et avoir une qualité homogène des bières. Il est ensuite important pour la filière que les brasseurs soient encadrés et plus organisés notamment au travers de collectifs. Actuellement, les principaux objectifs de ces derniers sont de faire des groupements d'achat de malt, de bouteilles et de houblons, de mutualiser du matériel et de créer des évènements. Mais tous ces collectifs sont des associations gérées par les brasseurs eux-mêmes, avec peu de temps et peu de moyens. Leurs actions, malgré une forte motivation de la part de chacun, évoluent lentement et sont fortement limitées. Il y a une réelle attente de leur part vis-à-vis de la région, des mairies, des communautés de communes et des pouvoirs publics en général, d'être soutenus et accompagnés dans leurs démarches maintenant que l'utilité de ces collectifs pour la filière a été prouvée.

2.1.2 Les difficultés des houblonniers

2.1.2.1 La nécessité de développer des variétés locales

La principale préoccupation concernant le houblon était tout d'abord sa capacité de croissance et d'adaptation vis-à-vis des différents climats de la région Occitanie. Si le houblon est résistant au froid, aux températures élevées et ne nécessite pas de sols trop exigeants, mais seulement une profondeur suffisante, il demande quand même une irrigation en continu et une exposition au vent limitée. Parmi les différents producteurs de houblon interrogés, tous semblent affirmer que la croissance n'est pas un problème pour plusieurs variétés de houblon en particulier pour la variété Américaine Cascade qui est à la fois la plus utilisée par les brasseurs et la plus produite en Occitanie. (cf. Figures 21 et 22). Mis à part pour le Cascade qui fait l'unanimité, les différentes variétés n'ont pas la même sensibilité aux ravageurs et aux maladies telles que le mildiou selon la localisation et les conditions de production. De nombreux brasseurs sont en recherche de nouvelles variétés, propres au territoire afin de mettre en avant l'utilisation d'un produit de terroir dans leur bière. C'est pour cela que plusieurs brasseurs s'intéressent aux variétés endémiques de houblon. Celles-ci répondent entièrement au besoin d'avoir un houblon « local ». Cependant, bien souvent, ces variétés ont une intensité aromatique moins forte, un rendement plus faible et leurs conditions de croissance sont spécifiques, notamment la proximité avec une rivière, et donc pas toujours reproductibles à d'autres localités. Il y a un véritable enjeu à réaliser un travail de sélection variétale afin de proposer des variétés qui s'adaptent au territoire tout en ayant une typicité propre. Cette thématique fut abordée avec Mathieu MARGUERIE, chargé des filières céréalières chez Agribio 04 et ayant déjà réalisé des travaux de sélection variétale sur le blé. Il a également travaillé sur les mêmes thématiques de relocalisation de la filière brassicole mais en région PACA. Selon lui, pour un premier état des lieux de la filière houblon, il est préférable de débiter avec des expérimentations variétales plutôt que par un travail de recherche variétale qui est long, lent et coûteux. Il se trouve que des travaux d'expérimentation du houblon sont en cours de réalisation dans différentes régions qui ont rencontré les mêmes problématiques que nous. Ces différentes expériences ont donc été étudiées au travers du benchmarking.

2.1.2.2 Un investissement lourd mais un potentiel économique important

En dehors de la production même de houblon, le principal frein à l'installation d'une houblonnière est l'investissement économique, surtout avec un retour sur investissement trois ans après. Grâce à des recherches bibliographiques et au résultat des différents entretiens, il a été possible de dresser des tableaux récapitulatifs de l'ensemble des charges liées à une houblonnière et de calculer la marge brute de la production. Nous considérons que le producteur possède déjà un tracteur.

❖ Investissement nécessaire à la culture du houblon

Tableau 14 : Investissement total d'une houblonnière pour 1 ha

Charges de structure /ha	Plants (2500) (3 €/plant)	7 500 €	Amortissement sur 15 ans
	Poteaux	10 000 €	
	Câbles	2 500 €	
	Quincaillerie	2 300 €	
	Irrigation goutte à goutte	3 000 €	
	Installation	10 000 €	
Total		35 300 €	2 353 €
Matériel en propriété d'occasion	Atomiseur	5 000 €	Amortissement sur 15 ans
	Trieuse	15 000 €	
	Chambre froide	4 000 €	
	Séchoir	5 000 €	
	Bras de récolte + remorque	15 000€	
	Outils travail du sol spécifique à la culture	9 000€	
	Presse à pellet	8 000€	
Total		61 000 €	4 067 €
Total cumulé		96 300 €	6 420 €

Les investissements présentés dans le Tableau 14 correspondent à une production de houblon mécanisée avec du matériel agricole d'occasion. La mécanisation est indispensable pour des surfaces supérieures à 0.5 ha (1 250 plants) car, à titre d'exemple, il faut en moyenne 40 minutes par liane pour séparer les cônes de houblon de la liane, soit 833 heures. Une trieuse a en moyenne une capacité de tri de 120 lianes par heure, soit un total de 21 heures permettant ainsi de grandement réduire les charges de main d'œuvre. Il est nécessaire d'avoir cet outil en propriété car les cônes doivent être rapidement séparés de la liane pour ensuite être séchés au maximum 8 heures après la récolte et ainsi conserver la totalité des arômes du houblon. De plus, les trieuses sont très imposantes et ne peuvent pas être déplacées : 5 m de long, 3 m de large et 4 m de hauteur. La construction de trieuses mobiles pour des faibles surfaces pourrait être une solution mais aucune n'est disponible pour l'instant sur le marché. Pour les mêmes raisons de délai entre la récolte et le séchage que la trieuse, la possession d'un séchoir est également nécessaire. Le séchoir et la trieuse peuvent être auto-construits pour réduire les coûts. L'atelier Paysan, une coopérative accompagnant les agriculteurs dans la conception et la fabrication de machines agricoles, a partagé sur un forum des exemples d'auto-construction de trieuse et de séchoir réalisés par des houblonniers (L'Atelier Paysan, 2019a, 2019b). Aucune conception concrète de plan n'a été réalisée de leur part car ils analysent encore les besoins et les enjeux des acteurs afin de valider la pertinence du projet et ainsi obtenir les financements adéquats. C'est une potentielle solution pour les producteurs leur permettant de réduire les coûts d'installations qui pourraient voir le jour. En revanche, les matériels auto-construits peuvent compromettre la qualité du houblon si les producteurs n'ont pas un certain niveau de connaissance technique. L'atomiseur est fréquemment utilisé au cours de la production du houblon pour les différents traitements ce qui explique son achat en propriété. Concernant la chambre froide, elle permet de conserver le houblon conditionné avant sa commercialisation.

Pour les matériels tels que la récolteuse, les outils de travail du sol et la presse à pellet peuvent en revanche faire l'objet d'une mutualisation car leur utilisation est moins fréquente. Lorsque le nombre de houblonniers sur le territoire aura augmenté et que la distance géographique aura diminué, la création d'une CUMA sera envisageable pour réduire certains coûts. La mutualisation se fera entre houblonniers mais également avec d'autres filières brassicole. A titre d'exemple, il serait possible de travailler avec les filières d'alimentation animale qui utilisent des pelletiseuses pour la fabrication des tourteaux. Pour étudier ces différentes possibilités, un premier contact avec les CUMA régionales et départementales a été effectué. Pascal ICHANJOU, membre du comité administratif de la Fédération Régionale CUMA Occitanie, a affirmé que jusqu'à présent cette thématique n'avait pas été étudiée par les CUMA sur la région. Pour créer une CUMA, il faut qu'un collectif d'agriculteurs se crée et que les besoins de mécanisation, les prix de revient, le prévisionnel d'utilisation du matériel et d'autres critères soient analysés. Il nous a ainsi été conseillé de nous rapprocher des réseaux de CUMA départementaux afin d'organiser une réunion d'information et de présenter le fonctionnement d'une CUMA aux intéressés. Hélène THIEBAUT, travaillant à la Fédération Départementale des CUMA de l'Aude a été contactée afin d'intervenir lors du colloque pour informer l'ensemble des participants des possibilités et conditions de création d'une CUMA.

Sans prendre en compte les possibilités de mutualisation, l'ensemble des charges (structure + matériels) a un amortissement estimé à 15 ans (Furet et al., 2018). Nous obtenons un total de charges de 6 420 €/ha/an (Tableau 14).

❖ Marge brute prévisionnelle

A partir de la 4^{ème} année, une houblonnière atteint 100% de son rendement, soit en moyenne 1 300 kg/ha en bio. Le rendement est dépendant des variétés, des saisons ou encore de l'irrigation. Selon la variété et la qualité, le houblon est vendu entre 18 et 30 €/kg (HOPEN, 2018). Nous utiliserons un prix moyen de 24 €/kg pour le calcul du chiffre d'affaire. Ce prix sera attractif pour les brasseurs car il correspond au prix d'acceptabilité de 90% des brasseurs ayant répondu au questionnaire du SNBI (Figure 24).

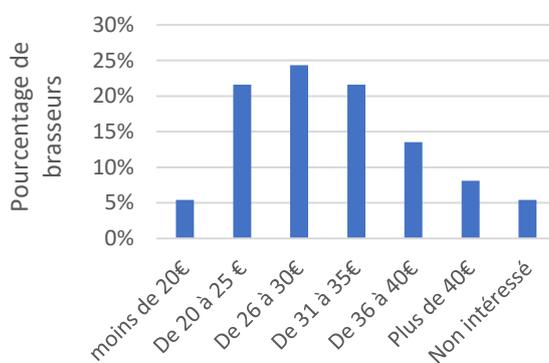


Figure 24 : Part de brasseries selon le prix d'acceptabilité (au kg) pour du houblon biologique français

Avec ces données, nous obtenons un chiffre d'affaire potentiel de 31 200 €/ha.

Tableau 15 : Charges opérationnelles d'une houblonnière (Furet et al., 2018) (HOPEN, 2018)

Opérations régulière	Renouvellement plant houblon (150 plants/ha à 4,5 €)	600 €
	Fertilisation / protection des cultures	2 000 €
	Buttage et travail du sol	100 €
	Récolte et transformation	100 €
Main d'œuvre saisonnière (12.5€/h)	Pose des fils (3j avec 3 personnes /ha)	900 €
	Mise au fils (2j avec 5 personnes /ha)	1 000 €
	Récolte (4j avec 3 personnes /ha)	1 200 €
Autres consommations courantes	Energie	530 €
	Assurance grêle	350 €
	Certification houblon	10 €
	Certification AB /ha	400 €
	Divers	1000 €
Total		8 190 €

Grâce au chiffre d'affaire et aux charges opérationnelles de la houblonnière (Tableau 15), il nous est possible d'estimer une marge brute prévisionnelle (Tableau 16).

Tableau 16 : Calcul de la marge brute prévisionnelle d'une houblonnière

Total produit d'activité	31 200 €
Total charges opérationnelles	8 190 €
Marge brute /ha	23 010 €
Taux de marge brute /ha	74%

Avec un taux de marge brute de 74%, la culture du houblon a une forte valeur ajoutée une fois que celle-ci a atteint son rendement optimal. Cependant, la marge brute ne prend pas en compte la rémunération du producteur, l'achat du matériel, l'utilisation du matériel en CUMA et la commercialisation.

Les préconisations pour installer une houblonnière sont d'avoir au minimum 3 ha pour rentabiliser l'investissement (HOPEN, 2020) ainsi qu'une activité économique en parallèle pour les trois premières années de production.

Un travail d'intégration du houblon dans les aides à la plantation de plantes à parfum aromatiques et médicinales est en cours avec la région Occitanie. Cette aide permettrait de financer l'achat des plants de houblon ainsi que les travaux de préparation du sol et de plantation. Cependant, jusqu'à présent seul le houblon à destination de la tisane peut bénéficier de cette aide. Pour intégrer le houblon à usage brassicole, il a fallu démontrer l'augmentation des besoins en houblon sur la région ainsi que l'importance du nombre d'acteurs intéressés par cette aide au travers d'un prévisionnel des achats de plants par les producteurs (cf. Tableau 10). La réponse quant à cette thématique n'a pas encore été décidée par la région et devrait être connue courant 2020.

2.1.2.3 Un manque de retours d'expérience

Jusqu'à présent, il existait deux modèles de houblonnière. Tout d'abord celles que l'on retrouve en Alsace, qui sont de l'ordre de dizaines d'hectares, conventionnelles et entièrement mécanisées. Puis les micro-houblonnières, de l'ordre de quelques plants. Les modèles recherchés se situant entre 2 et 5ha sont encore peu développés en France. Les néo-houblonniers sont en manque de connaissances et de retours d'expérience sur la culture du houblon à petite échelle et en bio. Si des associations telles que « Houblons de France » et autres organismes proposent de plus en plus de formations à la culture, l'accompagnement technique et la transmission de données restent encore trop faibles.

2.1.2.4 Une certification du houblon à relocaliser

Pour pouvoir commercialiser le houblon, il faut que celui-ci soit certifié et réponde à des critères qualitatifs d'humidité, de quantité de feuilles, de graines etc. Les houblonniers produisant du houblon pour leur propre consommation ne sont pas concernés par cette réglementation. La majorité des houblonniers rencontrés n'ont pas eu le besoin de réaliser cette certification. En développant l'activité de houblonnier sur le territoire, la certification deviendra obligatoire. Actuellement, les deux seuls centres de certification du houblon se situent dans le Nord et en Alsace. Plusieurs houblonniers seraient intéressés par la création de leur propre centre certificateur pour faciliter cette démarche réglementaire. En Auvergne-Rhône-Alpes, une association de houblonniers s'est créée pour réaliser ce travail-là mais n'a pas encore abouti à ce jour.

2.1.3 Les enjeux associés aux malts

2.1.3.1 Une faible marge de rentabilité

Le maltage est un processus qui nécessite beaucoup d'investissements financier et temporel. L'achat du matériel de maltage est très onéreux et d'importants volumes de production sont nécessaires pour rentabiliser l'investissement. C'est pour cela qu'il y a principalement des industriels sur le marché du malt. Le projet de la Malterie Occitanie a pu, grâce à un partenariat avec la coopérative Arterris, s'affranchir de ces freins économiques. C'est un projet de 3 millions d'euros au total et le soutien d'Arterris fut un atout pour les banques. Les malteries artisanales réussissent à réduire les coûts en utilisant du matériel d'occasion et surtout auto-construit. Cela demande alors un suivi et un entretien beaucoup plus rigoureux, avec des produits finals aléatoires. Cette variabilité de l'artisanat n'est pas gênante pour certains mais d'autres favorisent la stabilité du produit afin de contrôler d'avantage les bières produites.

2.1.3.2 Un cahier des charges précis

Les brasseurs étant exigeants sur la qualité du malt, les malteurs se doivent de l'être vis-à-vis de l'agriculteur. Il faut que la variété d'orge brassicole produite soit acceptée par la malterie. Que les grains soient triés, calibrés et nettoyés car un grain ne germe pas de la même manière selon sa taille, d'où l'intérêt d'avoir un lot homogène pour optimiser la germination. Le taux de protéine impacte également énormément la qualité du malt et doit se situer entre 10 et 11% dans le cas de la Malterie Occitane. Un taux de protéine trop élevé entraîne une prise d'eau difficile et donc un maltage moins efficace. Finalement, le taux d'humidité doit être inférieur à 14% dans le cas de la Malterie Occitane, pour préserver le grain et son pouvoir germinatif. Nous retrouvons ces mêmes critères à la Malterie des Volcans en Auvergne. Les agriculteurs ne peuvent pas toujours répondre à cet ensemble de critères selon les conditions climatiques et le suivi technique de la culture.

2.1.3.3 Une contractualisation pas toujours accessible à tous

La majorité des malteries industrielles accepte de contractualiser avec les producteurs à partir d'une quantité minimale d'orge brassicole, souvent supérieure à 50 tonnes. De nombreux agriculteurs n'ont donc pas toujours la possibilité de faire malter leur production et se voient obligés de déclasser l'orge brassicole en orge fourrager. Le projet de la Malterie Occitane a pour avantage d'accepter des lots à partir de 15 tonnes, permettant ainsi aux agriculteurs locaux de contractualiser plus facilement. De plus, il sera possible pour les producteurs de réaliser des maltages à façon avec un cahier des charges moins strict et un maltage personnalisé.

2.1.3.4 Un retour vers des variétés anciennes

Si l'impact du terroir sur le houblon est largement prouvé, il l'est beaucoup moins pour l'orge qui subit de nombreuses transformations. Cependant, de même que pour les variétés de houblon locales, il y a une volonté de la part des brasseurs d'utiliser des variétés anciennes d'orge brassicole. « SECOBRA recherche » est une entreprise spécialisée dans le développement de variétés adaptées aux besoins des agriculteurs, en particulier concernant l'orge brassicole. Florent CORNUT, responsable développement chez SECOBRA nous a indiqué qu'un travail de réinscription de variétés anciennes dans le catalogue français était en cours et avait déjà abouti à une variété nommée « AURORE », une orge de printemps disponible en septembre 2020. L'inconvénient de ces variétés anciennes est qu'elles ont un temps de germination plus long et donc un maltage plus difficile, elles ont un rendement plus faible, sont plus sensibles aux maladies et à la verse etc. Un ensemble d'inconvénients qui a pour conséquence un coût final plus élevé pour le brasseur. L'impact terroir étant peu présent voire inexistant sur l'orge, le principal avantage des variétés anciennes concerne l'atout commercial qu'elles apportent.

2.2 Analyse des réponses au questionnaire quantitatif

Les houblonniers ayant répondu sont installés depuis au maximum cinq ans, aucun ne dépasse les deux hectares et plus de la moitié ont une surface inférieure à 0,5 ha (Figure 25). Ce sont des productions qui sont pour la plupart récentes et de faible envergure.

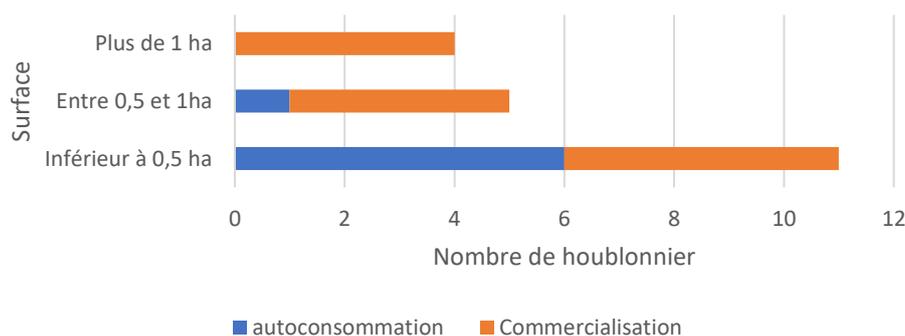


Figure 25 : Objectif de production en fonction de la surface dédiée

Pour la majorité des petits houblonniers, l'autoconsommation est le principal objectif de production. Nous pouvons donc supposer que ce sont des brasseurs houblonniers. Au-delà de 0,5 ha, la commercialisation est la priorité car c'est à partir de cette surface que les producteurs commencent à investir dans du matériel pour mécaniser la production. En effet, 40% des producteurs sont mécanisés et parmi eux, aucun n'a une houblonnière inférieure à 0,5 ha. Cela confirme donc le fort besoin en main d'œuvre de la production qui devient trop important au-delà de 0,5 ha. Concernant le matériel utilisé, l'utilisation d'une défaneuse pour limiter la pression fongique ne semble pas être indispensable et peut être réalisée manuellement jusqu'à une surface de 2 ha. A l'inverse, la nacelle, l'atomiseur, la trieuse et le séchoir deviennent nécessaires durant l'itinéraire cultural. Concernant le séchoir, celui-ci est en majeure partie auto-construit par les houblonniers ayant répondu. Nous pouvons donc estimer que c'est une solution facilement accessible permettant de réduire les coûts d'investissement.

De manière générale, 70% des répondants sont intéressés pour mutualiser le matériel agricole. Cependant, 50% sont sceptiques quant à la faisabilité de cette mutualisation. En effet, les contraintes de calendriers et la distance entre les producteurs rendent difficiles la démarche. En revanche, le matériel de conditionnement, tel que les machines sous-vides, les frigos et les pelletiseuses semblent pouvoir être mutualisables.

Vis-à-vis de l'installation, l'investissement et l'accès aux connaissances techniques semblent être les principaux freins (Figure 26). Il paraît donc important d'informer les producteurs sur les aides déjà existantes telles que les dotations jeune agriculteur (DJA), les aides au maintien à l'agriculture biologique (MAB) et les subventions de la région. Il existe également des aides pour les plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM) pour réduire les coûts de structure et d'achat de plants mais qui n'intègrent pas encore le houblon à destination brassicole. Mettre en place des formations et un suivi technique des productions est également à envisager sur le territoire. L'accès au foncier ne paraît pas être une problématique, mais cela peut s'expliquer du fait que la majorité des répondants a une faible surface de production et cultivent sur des terres souvent déjà en propriétés.

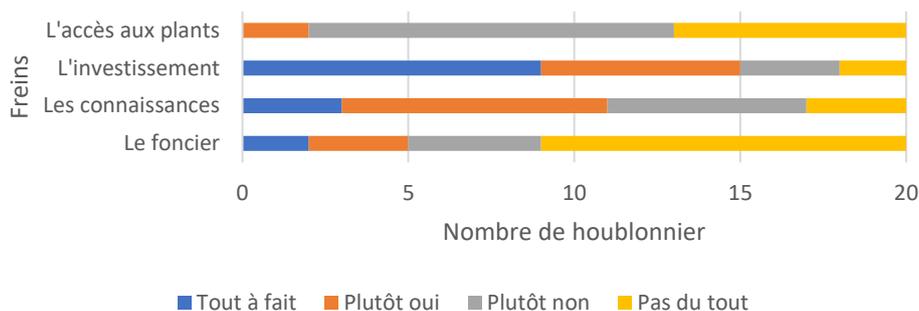


Figure 26 : Les freins rencontrés à l'installation par les houblonniers

Lors de l'acte d'achat des brasseurs en houblon local, le principal critère recherché est le bio (Figure 27). Cela explique que 95% des houblonniers ayant répondu au questionnaire sont certifiés bio et que les 5% restant ont une production AB mais non certifiée. La typicité du houblon est également importante (Figure 27) mais il est encore difficile de proposer cette offre-là sachant que la plupart des houblonniers sont encore en phase d'expérimentation variétale pour connaître le potentiel de croissance des variétés.

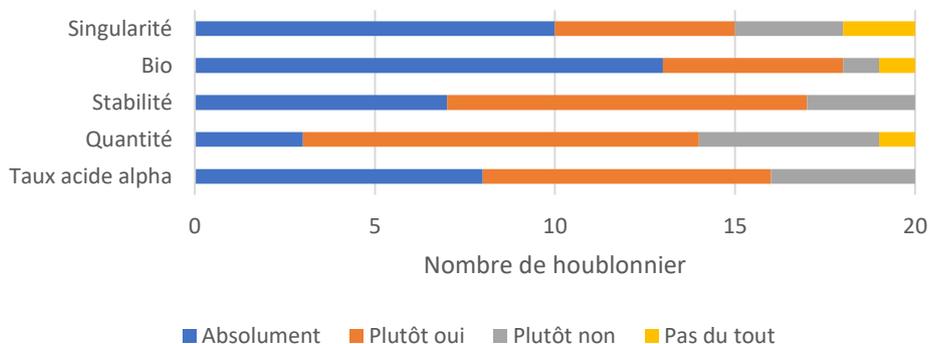
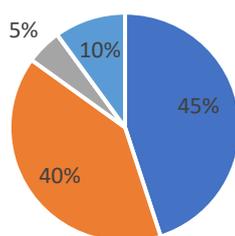


Figure 27 : Critères recherchés par les brasseurs selon les houblonniers

En analysant les réponses des houblonniers provenant de la région Occitanie, il a été possible de connaître les variétés les plus adaptées au territoire (cf. Figure 22 : Variétés de houblon produites par les houblonniers en Occitanie). Ces résultats nous montrent que certaines variétés telles que « Cascade » et « Chinook » n'ont pas de difficulté à être produites localement. Cependant, les retours d'expérience sont encore trop faibles pour affirmer l'adaptation d'autres variétés. Il y a donc un réel enjeu d'expérimentation variétale à laquelle les houblonniers sont prêts à participer. En effet, la Figure 28 montre que 85% des enquêtés sont intéressés pour intégrer un programme de suivi expérimental de leur production.



■ Très intéressé ■ Intéressé ■ Peu intéressé ■ Pas intéressé ■ Sans avis

Figure 28 : Intérêt pour un suivi expérimental des productions

Enfin, les axes de recherches que 60% des houblonniers aimeraient voir se développer au sein de la filière brassicole sont l'expérimentation sur les moyens de lutte contre les prédateurs, parasites et maladies. Le développement d'aides financières semble être nécessaire pour 55% des houblonniers. Pour 35% d'entre eux, la mise en place de plus de formations techniques, la création de liens entre les houblonniers et une communication sur la réglementation et la certification de la production sont des actions à développer. Ces informations nous permettent de connaître les actions prioritaires à mettre en place pour la filière houblon.

2.3 Recueil d'expériences de structuration et de relocalisation de la filière

2.3.1 Présentation des expériences analysées

Tableau 17 : Recueil des expériences régionales sur la filière brassicole

Structure	Objectifs	Actions
BIERA (Annexe 14)	Construire une filière locale de houblon pour pallier les difficultés d'approvisionnement des brasseurs	<ul style="list-style-type: none"> - Structuration de la filière via un groupe d'échanges et une étude de la culture en région au travers d'un référentiel technico-économique - Création d'un collectif de houblonniers - Réflexions autour de la contractualisation et les débouchés de la production - Etude de l'impact terroir des variétés de houblon grâce à des analyses sur les récoltes
Bière de Provence (Annexe 15)	Promouvoir les brasseries artisanales et expérimenter la production de variétés de houblon	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation d'événements et de conférences pour faire valoir le métier d'artisans brasseurs - Expérimentation de la culture de houblon en condition méditerranéenne - Assurer la récolte et la commercialisation du houblon
HOPEN (Annexe 16)	Créer une filière houblon de diversification en Nouvelle-Aquitaine	<ul style="list-style-type: none"> - Recherche de producteurs avec des projets viables et qualitatifs - Mise en place de formations et d'accompagnements techniques des productions - Gestion de la récolte et de la distribution via le e-commerce
De la Terre à la Bière (Annexe 17)	Créer une filière orge-malt bio, locale et équitable	<ul style="list-style-type: none"> - Regroupement d'agriculteurs pour produire de l'orge brassicole - Gestion de la collecte des productions et envoi des lots en malterie - Organisation de la logistique de distribution du malt aux brasseurs locaux
Interbio Franche-Comté (Annexe 18)	Relocaliser l'approvisionnement en orge brassicole	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagnement des agriculteurs dans la production d'orge brassicole - Gestion de la logistique de récolte, de stockage et d'envoi des lots dans une malterie belge - Gestion des commandes et de la livraison du malt aux brasseurs

MACEO et APAMAC (Annexe 19)	Développer l'accompagnement de la filière brassicole et plus particulièrement des brasseurs dans le Massif central	<ul style="list-style-type: none"> - Mutualisation et coopération dans l'achat de matières premières - Développement de modules de formations (réglementations, qualité, hygiène ...) - Aide à la communication et à la commercialisation via la création d'évènements, réflexion sur la labélisation
-----------------------------	--	--

Les différentes dynamiques étudiées pour le benchmark se positionnaient chacune sur une thématique en particulier ; l'expérimentation du houblon, l'orge et sa transformation en malt ou bien l'accompagnement des brasseries artisanales. Le Tableau 17 résume les objectifs et les actions de chacune des structures. Les fiches expérience sont présentes en Annexes 14 à 19.

2.3.2 Les bonnes pratiques d'animation de la filière

2.3.2.1 Des besoins communs

Dans chacune des expériences, mises à part pour l'entreprise HOPEN, les dynamiques sont issues d'une demande d'accompagnement des acteurs directs de la filière, c'est-à-dire des producteurs ou bien des brasseurs. Les projets sont nés de leurs besoins et ils en sont les principaux moteurs. Concernant le projet HOPEN, l'historique est différent car l'initiative ne provient pas d'une demande des brasseurs mais d'un diagnostic agricole et d'une volonté d'apporter une culture de diversification aux agriculteurs. Mais pour chacun d'entre eux, le constat est le même, la filière brassicole artisanale est freinée par le manque de structuration, de fédération et de productions locales.

2.3.2.2 Les stratégies d'animation de la filière

L'intégration de structures régionales telles que la chambre d'agriculture, les Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMA) ou bien encore les fédérations régionales agricoles semble indispensable à la gestion des projets. En effet, dans la majorité des expériences, un collectif de brasseurs regroupés au sein d'une association a fait appel à un organisme extérieur pour les accompagner dans leurs démarches. Que ce soit au travers d'une prestation, d'un emploi salarial ou bien dans le cadre de dispositifs régionaux, une personne a la charge de cet accompagnement. Son rôle est de coordonner les actions, de favoriser le partage d'expériences et de rechercher des financements. Les moyens financiers nécessaires à cet accompagnement proviennent à la fois des brasseurs et producteurs eux-mêmes via des cotisations et à la fois d'aides régionales. Il a été observé que dans plusieurs cas, une charte est actée afin de définir clairement les objectifs du projet et les valeurs communes. Cela permet d'avoir une dynamique encadrée, transparente et qui avance plus durablement.

2.3.2.3 Les clefs de succès

La réussite et l'avancée des initiatives proviennent en grande partie de l'implication et de la motivation des brasseurs et des producteurs à voir leur filière s'organiser et se développer. Ils ont tous de nombreux projets et ambitions mais sont freinés par le manque de temps et de moyens. Dans des projets multisectoriels tel que ceux-ci, la richesse et la diversité des acteurs permet de pouvoir aborder et répondre à tous les enjeux des différents maillons de la filière. Pour chacune des expériences, la présence d'un coordinateur extérieur reste tout de même indispensable pour maintenir l'énergie collective du groupe et assurer le bon déroulement des actions. Il est important cependant, de laisser une certaine autonomie et indépendance au collectif afin de le garder acteur moteur du projet et pouvoir, sur le long terme, lui déléguer l'animation de la filière.

3 Diagnostic final de la filière

Après une analyse des différents résultats de l'état des lieux, une matrice SWOT a été réalisée pour identifier, d'une part, les facteurs internes de la filière avec ses forces et ses faiblesses et, d'autre part, les facteurs externes liés à l'environnement dans lequel se situent les brasseries artisanales. Cette matrice SWOT a été divisée en trois parties : le houblon, le malt et les brasseries artisanales.

Tableau 18 : Matrice SWOT des houblonniers

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Arrêt de la dérogation pour l'utilisation de houblon conventionnel dans les bières bio • Forte demande et peu d'offre 	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'une offre supérieure à la demande
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Cultiver un produit unique, de terroir (expérimentation variétale) • Forte valeur ajoutée 	<ul style="list-style-type: none"> • Investissement financiers importants et manque de subventions • Fort besoin de mécanisation pour une bonne rentabilité (mutualisation / auto-construction / achat d'occasion) • Besoins de formations / connaissances techniques • Rentabilité à partir de la 3^{ème} année • Certification obligatoire mais éloignée

Tableau 19 : Matrice SWOT des producteurs d'orge et des malteurs

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Forte demande • Recherche variétale • Produire des malts spéciaux, uniques 	<ul style="list-style-type: none"> • Appréhension des brasseurs sur la qualité du malt produit • Difficultés de contractualisation pour les agriculteurs
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Production des matières premières déjà installée • Malteries déjà existantes et en projet 	<ul style="list-style-type: none"> • Adéquation entre critères des brasseurs et qualité du malt produit • Modèle économique délicat du maltage : peu de valeur ajoutée

Tableau 20 : Matrice SWOT des brasseurs

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Tendance nationale du « manger mieux, bio, local » • Possibilité de différenciation (label, marque commune) 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de saturation du marché, peu de place pour les nouveaux arrivants, ce n'est plus un marché de niche • Risque de complexification de la législation sur les bières artisanales
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Une grande diversité de bières (taux d'alcool, amertume, aromatique, sucre, couleur, saison) • Comparativement aux grands brasseurs, les microbrasseries créent plus d'emplois pour chaque litre de bière vendu 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de formations des brasseurs souvent autodidactes (gestion de l'entreprise, HACCP, connaissances techniques)

4 Enjeux détaillés durant le colloque

La journée d'échanges du 22 novembre 2019 a permis de partager avec l'ensemble de la filière les résultats de l'état des lieux et les problématiques identifiées afin que les principaux concernés puissent nous apporter leurs expériences et opinions durant les ateliers de l'après-midi. Les différents enjeux identifiés précédemment ont pu être détaillés et hiérarchisés par les participants.

4.1 Enjeux de la culture du houblon

Au cours de cet atelier, cinq thématiques ont été mises en avant par les acteurs présents.

Tout d'abord concernant l'aspect financier, l'importance et le fort besoin de subvention pour la plantation et les structures. Il paraît également nécessaire pour garantir la rémunération des houblonniers de diversifier les débouchés et de contractualiser avec les brasseurs.

Ensuite, le besoin de formation des producteurs et des différents acteurs qui accompagnent les installations reste indispensable et doit plutôt se développer localement.

Puis vient l'aspect agronomique. Une fois que les houblonniers sont formés à la culture du houblon, il faut les former sur la connaissance de leur terroir et du climat pour adapter des méthodes de cultures venues d'ailleurs. Il s'en suit bien sûr, l'expérimentation variétale, l'analyse variétale et la valorisation des déchets verts qui sont à développer.

L'aspect technique a également été soulevé et a beaucoup intéressé. En effet, la mutualisation de matériel semble être une bonne solution pour y accéder plus facilement et investir ensemble via les CUMAS ou bien via la mutualisation entre différentes filières telles que la vigne et/ou les PPAM.

Sur l'aspect distribution, il faudra assurer la certification du houblon pour sa traçabilité et sa commercialisation. C'est un travail avec les laboratoires qu'il va falloir développer.

Finalement, il est primordial d'identifier des acteurs et des structures pouvant répondre à ces besoins et ainsi définir des actions à mettre en place. Il va de soi qu'il faudra rapidement créer des supports, des espaces d'échanges et impliquer les agriculteurs.

4.2 Expérimentation variétale du houblon

Du point de vue des brasseurs sur la sélection du houblon, les critères qualitatifs sont très importants. Il y a une volonté de création variétale pour le renouveau des recettes, un besoin de diversité et un enjeu autour du houblon sauvage dont la valorisation se fait principalement via la communication. Il faut également des houblons stables, des arômes typiques pour pouvoir faire une identité propre à la filière brassicole occitane avec des houblons bien différenciés.

Du point de vue des houblonniers, il y a un fort intérêt à intégrer des parcelles tests dans leur houblonnière avec la volonté de créer un pont technique, c'est-à-dire que le houblonnier soit partie prenante de la filière et qu'il connaisse réellement les besoins des brasseurs.

Concernant les modalités d'expérimentations, un regroupement des producteurs semble nécessaire pour définir les objectifs prioritaires, avec un partage des résultats de chacun. La question d'utilisation de variétés de houblon endémique est assez mitigée car si cela peut être intéressant pour son impact terroir, ce sont des variétés dont les conditions de culture sont plus strictes et difficiles.

De manière globale, il y a une réelle volonté d'intégrer tous les acteurs au sein des différents processus d'expérimentation, afin que chacun ait connaissance et comprenne ce qui se fait à tous les niveaux de la filière.

4.3 Expérimentation variétale de l'orge

Il existe trois mondes au sein de la filière orge – malt – brasseurs, qui finalement se connaissent très mal. Il y a un fort intérêt à mieux communiquer entre les céréaliers, les malteurs et les brasseurs. Souvent le malteur, au centre de la chaîne, se retrouve à expliquer aux uns et aux autres les contraintes de chacun des secteurs de production. Une meilleure communication est donc à développer pour avoir connaissance des différents maillons de la filière et des exigences de chacun. Concernant un futur projet d'expérimentation des variétés d'orge, il est remonté un intérêt pour une sélection la plus participative possible à tous les échelons de la filière et sur des territoires différents. Pour cela, l'évaluation variétale doit être réalisée à la fois au champ, au maltage et au brassage afin d'étudier l'intérêt des différentes variétés. Cela permettrait de prendre en compte le point de vue technique mais aussi économique, les intérêts de chacun, du semencier au consommateur final.

4.4 Transformation de l'orge au malt

Du côté des producteurs d'orge, il y a un enjeu économique non négligeable. Pour sécuriser les volumes d'approvisionnement, il faut des prix incitatifs à la production : la production d'orge brassicole n'est pas attractive aujourd'hui car la différence de prix entre l'orge brassicole et l'orge fourrager est très faible. Sur la production bio, le différentiel est plus important mais le blé bio reste plus intéressant (prix beaucoup plus élevé). C'est donc un facteur important à prendre en compte si l'on veut inciter à la production d'orge de brasserie.

Concernant les malteurs, leurs principaux besoins sont centrés sur l'homogénéité des lots qui assure une germination simultanée des orges. Les attentes vis-à-vis du taux d'humidité et du taux de protéines sont également présentes mais avec une marge d'adaptation plus importante.

Pour les brasseurs, la qualité de l'amidon et le taux d'extraction des enzymes et des sucres présents dans le malt sont importants pour la réalisation d'une « bonne » bière. La modification de l'approvisionnement en malt des brasseurs vers du malt local n'est pas évidente pour eux car cela change les recettes et la qualité finale de la bière. C'est à réfléchir en amont pour faire une transition progressive. La filière sera-t-elle en capacité de fournir en quantité et en qualité de l'orge et du malt ?

Il faut absolument continuer à travailler avec toute la filière sur ces différents enjeux pour qualifier les besoins et y répondre à toutes les échelles de la filière. Il y a aussi un fort enjeu de logistique (stockage, transport) à développer ainsi qu'un travail sur la contractualisation à effectuer pour prévoir l'engagement des brasseurs, de la malterie, garantir un prix rémunérateur aux agriculteurs et ainsi sécuriser l'approvisionnement au niveau régional.

4.5 Mutualisation et projets collectifs

Les avantages de la mutualisation se trouvent principalement dans le gain financier. Il y a un fort intérêt à développer les groupements d'achats pour passer des commandes d'un plus gros volume et donc atteindre des fournisseurs qui ne sont pas accessibles à un seul exploitant. Il y a eu des exemples de collectifs de brasseurs tel que l'Union des Brasseurs Cévenols en Lozère et dans le Gard qui se regroupent pour faire de l'évènementiel notamment et être force de représentation sur des salons agricoles par exemple en représentant ainsi tous les brasseurs du collectif. L'aspect collaboratif et la cohésion de ces collectifs sont également des points forts. Avec la mutualisation, il est possible de sortir de la filière brassicole, de s'appuyer sur des démarches existantes, sur des thématiques agricoles ou de promotions de produits locaux comme peuvent les porter les départements ou les chambres consulaires. Nous en avons un exemple dans le Gard avec le projet « route des brasseurs » intégré dans une dynamique de mise en valeur des produits locaux.

Concernant les difficultés et les freins, ont été évoqués :

- Le financement de ces projets collectifs et la coordination de ces projets auxquels tout le monde croit mais sans avoir à disposition le temps nécessaire.
- Le risque de standardisation. Ne va-t-on pas se retrouver à faire tous la même bière si l'approvisionnement se fait avec les mêmes houblons, le même malt, la même orge ?
- Des questions d'échelle : à combien faut-il être pour bien s'entendre et sur quel périmètre ?
- La nécessité de cadrer les choses, d'avoir un objectif commun délimité par une charte, un statut ou un règlement qui définit le fonctionnement et les objectifs du collectif. Cette formalisation des valeurs communes permet par la suite de limiter les écueils lors du fonctionnement ou l'agrandissement du collectif.
- Sur la temporalité des projets collectifs : souvent un petit groupe moteur et d'autres personnes sont en attente d'avoir plus de visibilité sur la filière avant de s'engager, d'où la nécessité d'encourager l'expérimentation et de mettre en place des groupes d'échanges ou des démonstrateurs (par exemple la houblonnière de HOPEN au lycée agricole de Sainte-Livrade sur Lot)

4.6 Attentes consommateurs et différenciation des bières régionales

Plusieurs facteurs favorisent le développement des brasseries artisanales : une recherche de qualité, de transparence, de traçabilité et de proximité de la part des consommateurs qui se traduit par une hausse de la consommation des produits bios, des circuits courts et des produits en vrac. Pour répondre à ces attentes, il y a un intérêt à singulariser, à différencier les bières artisanales régionales sur la base d'un cahier des charges, éventuellement couplé à un label ou une marque collective. Plus concrètement, les $\frac{3}{4}$ des brasseurs seraient engagés et motivés par cette démarche mais à condition qu'elle ne soit pas trop chronophage et coûteuse. Il existe déjà des labels tels que Sud de France et Origine France Garantie qui pourraient soit inspirer la démarche, soit être directement utilisés. Pour définir les contours d'un potentiel cahier des charges et fixer les critères de qualité sur les bières, les brasseries et la provenance, il est important de définir les valeurs communes des entreprises de la filière. Il faut comprendre comment le produit et le label/marque pourraient être perçus par le consommateur.

4.7 Economie circulaire

Des propositions ont été formulées pour diminuer l'impact écologique de la filière brassicole :

- Anticiper et accompagner la mise aux normes des brasseries pour la gestion des effluents. Cette problématique est réelle et constitue un risque actuel de fermeture pour un certain nombre de brasseries (pistes d'accompagnement : soutiens financiers et réalisation d'audit, guide réglementaire, liste des bons interlocuteurs, soutien aux projets innovants). C'est un point à intégrer dès la création des brasseries.
- La valorisation des drèches, dont la réutilisation ou le recyclage se réfère à des cadres réglementaires souvent peu connus. Il y a un enjeu à les recenser, les vulgariser, et les diffuser (piste : réalisation d'un guide).
- Structurer la logistique car les unités de production sont très dispersées, souvent de petites tailles, et les brasseurs ont peu de temps à consacrer aux déplacements (vente, collecte, etc.). Il y a un besoin d'optimisation et peut-être de faire émerger un service logistique dédié à la filière.
- Mailler le territoire avec des solutions de réemploi de type « consigne » dans un périmètre de l'ordre de 100-150 km. Cela doit nécessairement s'accompagner d'un travail d'harmonisation et d'écoconception de la bouteille (modèle, grammage, étiquettes)

Ce qui ressort de cet atelier est le besoin d'encourager la coopération entre acteurs pour encourager l'économie circulaire. Chaque étape de la filière possède son propre process et donc ses propres possibilités d'économie circulaire.

PARTIE 4 : Discussions et propositions

1 Discussion

1.1 Les limites de l'étude

1.1.1 Une analyse quantitative difficile à analyser

L'analyse du questionnaire à destination des houblonniers ne fut pas celle espérée car le taux de réponses fut trop faible. Le nombre trop important de questions a nui à l'efficacité du questionnaire et a dû décourager de nombreux enquêtés. Lors de sa création, cette longueur avait été identifiée mais ignorée au profit d'une étude plus complète de la production de houblon. Avec une culture si peu développée en France, chacune des questions paraissait être nécessaire pour dresser une analyse technique, économique et professionnelle précise. Avec du recul, cette volonté d'obtenir des réponses à toutes les problématiques semble être trop ambitieuse. Un questionnaire plus court et plus orienté sur une seule thématique aurait été plus adapté. De plus, des questions auraient pu être évitées car résolues au cours de l'étude indépendamment du questionnaire. Malgré cela, des tendances furent tout de même dégagées mais avec des questions inexploitable par le manque de réponses.

1.1.2 Une évolution difficile à suivre

Une filière en plein développement comme c'est le cas pour la filière brassicole, est difficile à étudier. Les données obtenues en début de l'étude se sont révélées pour certaines erronées quelques mois plus tard, avec par exemple un nombre de brasseurs qui augmente et de nouveaux porteurs de projet qui apparaissent, modifiant ainsi l'offre et la demande sur le marché. Les actions portées par les dynamiques régionales et présentées sur les fiches expérience ont évolué avec de nouveaux objectifs et de nouvelles actions. Il est donc important de souligner que les résultats présentés ne sont valables qu'à un instant t et qu'il y a un besoin constant d'actualiser ces informations.

1.1.3 Une filière étudiée par tous

La filière brassicole telle qu'elle a été analysée rassemble des secteurs très diversifiés. C'est une filière qui mobilise à la fois des thématiques agricoles, techniques, scientifiques, financières, écologiques et de coordination. Du fait de son important succès, elle devient de plus en plus attractive et suscite l'intérêt de tous. Comme a pu le montrer le benchmarking, partout en France des structures travaillent sur cette filière et sur les mêmes problématiques mises en avant durant cette étude. Chacune des thématiques détaillées plus haut est souvent étudiée par des spécialistes. La réalisation du diagnostic a donc très rapidement eu une impression de « déjà fait » et de perte de temps. Le benchmarking avait pour objectif de capitaliser les travaux de chacun et d'éviter justement les doublons dans les actions. Mais il n'a pas été suffisamment exhaustif pour explorer toutes les études et dynamiques en cours.

2 Propositions

Les résultats du diagnostic de la filière brassicole et de la journée d'échanges ont mis en évidence un ensemble d'actions à mettre en place. Certaines actions sont consacrées à des thématiques techniques, propres à un maillon de la filière. D'autres touchent l'ensemble de la filière avec des actions dédiées à la structuration et au développement des échanges entre acteurs. Le plan d'action est divisé en quatre objectifs, eux même composés de plusieurs actions (Tableau 21).

Tableau 21 : Plan d'action de la filière brassicole

Objectifs	Actions
Structuration et développement de la filière houblon	Création d'un réseau d'échanges interrégional et mutualisation des connaissances
	Création d'un GIEE houblon
	Mise en place de formations techniques
	Déblocage d'aides à l'installation
	Mise en place de parcelles expérimentales
	Organisation d'un comice du houblon
Structuration et développement de la filière orge/malt	Rendre l'orge attractif avec des prix rémunérateurs
	Sécuriser la commercialisation via la contractualisation
	Mise en place de parcelles expérimentales
Accompagnement de l'essor des brasseries	Mise en place de formations
	Accompagnement externe des collectifs de brasseurs (événementiel, logistique, économie circulaire)
	Gestion des effluents
	Promotion et commercialisation des bières artisanales
Maintien de l'interconnaissance	Rédaction de fiches filières
	Création d'un annuaire sur l'ensemble des acteurs de la filière

2.1 Objectif 1 : Structurer et développer la filière houblon

2.1.1 Création d'un réseau d'échanges interrégional

Que ce soit durant le benchmarking ou durant le colloque, les différentes régions impliquées dans la filière brassicole ont manifesté un besoin de mise en commun des travaux de chacun. La réalisation des fiches expérience a permis de donner plus de visibilité au public sur les actions menées un peu partout en France. Plusieurs supports de communication ont été réalisés à l'issue du colloque avec le comité de pilotage et des journalistes ; compte rendu, retranscription des échanges de la table ronde, captation vidéo de l'ensemble de la journée, réalisation d'une vidéo courte résumant la journée et la rédaction d'articles. Ces documents sont présentés en Annexe 20 et 21. Pouvoir communiquer sur le projet brassicole en Occitanie, ses moyens de création et ses ambitions est important pour favoriser les échanges, les rencontres et le travail collectif. Ce besoin d'interconnaissance, qui fut mis en avant durant le colloque, a été repéré par l'Agence Bio. L'Agence bio est un Groupement d'Intérêt Public gérant les fonds Avenir Bio dans un objectif de développement des filières biologiques. Avenir Bio accompagne financièrement des acteurs économiques avec des projets de filière bio, en amont et en aval. Présents lors du colloque, ils nous ont fait part de leur intérêt pour le développement de la production de Houblon bio en France. Des échanges téléphoniques ont permis par la suite d'approfondir le sujet et d'étudier les actions pouvant répondre à la fois aux critères de gestion des fonds Avenir bio et également aux besoins de la filière houblon. Il a alors été décidé de mettre en place une étude sur le houblon bio à l'échelle nationale, en coopération avec les différentes structures associées.

Les différents thèmes de cette étude qui ont été suggérés sont :

- Le suivi des projets de houblonnières à l'échelle nationale ;
- La mutualisation entre régions des connaissances technico économiques et des bonnes pratiques ;
- La création d'aides au développement du houblon bio ;
- La mise en commun de protocoles, méthodologies et résultats de sélection variétale / essais variétaux / recherche ;
- La structuration de la filière en équilibrant l'offre et la demande et en répondant aux besoins qualitatifs des brasseurs ;
- Le développement de formations techniques.

L'Agence bio souhaite organiser une réunion avec les structures impliquées pour définir plus en détail les contours de l'étude, les attentes et besoins des professionnels etc. Une liste des personnes ressources recensées ainsi que les fiches expérience leur ont été transmises afin qu'ils puissent démarrer le projet.

2.1.2 Création d'un collectif d'échanges en région

Au cours de l'étude, la FR CIVAM Occitanie a déposé un GIEE émergence sur le houblon afin de créer un collectif de réflexion. Un GIEE est un Groupement d'Intérêt Economique et Environnemental porté par un collectif d'agriculteurs qui s'engagent dans un « projet pluriannuel de modification ou de consolidation de leurs pratiques en visant à la fois des objectifs économiques, environnementaux et sociaux » (Chambres d'agriculture France, 2018). Lorsque le groupe n'est pas encore construit, il s'agit d'un GIEE émergence visant à structurer le collectif, à élaborer un projet collectif et un plan d'action pluriannuel, pour ensuite candidater à la reconnaissance en tant que GIEE. Ce GIEE émergence permet d'avoir un soutien financier à hauteur de 10 000€ maximum.

Le GIEE émergence houblon, dont le dossier de demande de financement fut déposé en mai 2019, était constitué de trois houblonniers installés sur le territoire du GAL Est-Audois. Un des trois objectifs de ce GIEE est de consolider et de développer la dynamique naissante autour du houblon. Le recensement des houblonniers ainsi que la rencontre des différents acteurs lors du colloque a permis d'élargir le partenariat du GIEE à d'autres partenaires qui n'étaient auparavant pas connus. A l'issue du colloque, des réunions entre les producteurs et acteurs du GIEE s'organiseront sur la base des résultats du diagnostic de la filière et de la journée d'échanges pour définir le plan d'action d'un futur GIEE houblon (la demande de reconnaissance s'effectuera en mai 2020). Une animatrice de la FR CIVAM Occitanie coordonne ces actions et est en lien avec le projet de l'Agence bio ainsi qu'avec quatre GAL du territoire Occitan via l'accord de coopération. Pour rappel, cet accord de coopération a pour objectifs le partage d'expérience et la diffusion de bonnes pratiques sur l'accompagnement de l'essor des brasseries artisanales. La collaboration entre ces GAL et la FR-CIVAM Occitanie a permis la réalisation des fiches expérience et l'organisation du colloque. Une des actions à venir entre les GAL, le GIEE houblon et Houblons de France est la rédaction d'une revue bibliographique sur la production de houblon bio afin de capitaliser les références technico-économiques de la culture.

2.1.3 Mise en place de formations pour les producteurs

Dans le cadre du GIEE houblon, des formations et des journées d'échanges techniques vont être organisées afin d'étudier les thématiques suivantes :

- Installation de houblonnière (dimensionnement du projet : structure, plantation et maîtrise des différentes étapes de l'itinéraire cultural) ;
- Mutualisation / auto-construction du matériel / des outils spécifiques à la culture et à la transformation du houblon (trieuse, séchoir, pelletiseuses, etc.) ;

- Choix des variétés de houblon et des contraintes techniques de production ;
- Commercialisation du houblon (certification, contractualisation, étude de marché etc.) ;
- Analyse des enjeux comptables et juridiques de l'exploitation.

Le Centre de Formation Professionnelle et de Promotion Agricole (CFPPA) des Pays d'Aude, qui était présent lors du colloque sera partenaire du projet pour soutenir l'émergence de ces formations en Occitanie.

Des échanges seront organisés en 2020 entre les houblonniers et les acteurs ressources de la production tel que HOPEN, Jordi Sanchez Puig en Catalogne (Lupulina), Bière de Provence, Houblons de France et le Lycée Agricole d'Obernai qui possède sa propre houblonnière.

Les questions concernant la certification du houblon et la mutualisation du matériel seront abordées davantage en 2021, lorsque le nombre de houblonniers en région aura augmenté. Tant qu'il n'y a pas un besoin suffisamment important de certification et de mutualisation, ces actions semblent moins prioritaires.

2.1.4 Accès aux aides pour l'installation des houblonniers

La présentation des besoins en houblon et des enjeux associés lors de la journée d'échanges a su retenir l'attention des représentants de la Région qui étaient présents. L'intégration du houblon, dans un dispositif jusqu'à présent dédié aux PPAM et à d'autres productions de niche, a été rediscuté afin de débloquer des aides à la plantation de houblon. Le dernier frein à lever dans le processus d'accès à cette subvention est le besoin en eau de la culture du houblon sur lequel la Région est très vigilante. Le houblon est une plante qui a des besoins hydriques importants sur deux périodes : durant sa forte croissance et pendant le développement des cônes. Il est donc important de mieux connaître les besoins de la culture pour définir une cartographique des zones de plantation les plus adaptées. C'est un travail qui va être réalisé par le Biocivam de l'Aude et qui permettra de préciser les enjeux sur la ressource en eau. Houblons de France et l'Agence de l'Eau seront également partenaires de ce projet afin d'apporter leur expertise.

2.1.5 Mise en place de parcelles expérimentales

L'installation de parcelles tests d'expérimentation variétale pour étudier l'impact du terroir et du climat est en réflexion entre le GIEE houblon et le Biocivam de l'Aude. Les objectifs de cette expérimentation seraient de regrouper au mieux les attentes brassicoles (qualité et caractéristiques recherchées par les brasseurs) et les attentes agricoles liées à la facilité de conduite de la culture, au phénotype du houblon (résistances aux conditions climatiques, aux bio agresseurs tel que le mildiou ou l'oïdium, aux vents) et à son génotype (croisement avec des variétés endémiques, précocité et rendement). Un protocole suffisamment clair devra être établi afin que l'expérience puisse être reproduite à l'identique et une analyse critique des tests permettra de détecter d'éventuels biais. Les protocoles seraient lancés en partenariat avec les agriculteurs, membres du GIEE et des lycées agricoles.

L'année 2020 va permettre au GIEE houblon de définir en détail les attendus de l'expérimentation ainsi que le protocole à mettre en place grâce à l'appui technique du Biocivam de l'Aude. Une possibilité de financement de cette étude serait les appels à projet FEADER comme l'a réalisé Bière de Provence. L'expérimentation de la culture de houblons en climat méditerranéen que mène Bière de Provence est financée à 80% par l'Union Européenne à hauteur de 200 000€. Un cofinancement est apporté par la Région et la durée de l'étude est de trois ans. Le contexte brassicole de l'Occitanie étant similaire à la région PACA, il serait donc intéressant, une fois l'expérimentation définie, d'étudier les appels à projet pouvant financer cette expérimentation (comme par exemple l'AAP « Expérimentation » de FranceAgriMer).

2.1.6 Organiser un comice du houblon

Afin de maintenir la dynamique autour de la filière houblon, l'objectif 2020 sera de réaliser une nouvelle rencontre spécifiquement sur les thématiques du houblon. Houblons de France propose depuis 2017 des « comices du houblon » afin d'aborder les problématiques de la filière houblon et d'initier les porteurs de projets de houblonnières à la culture du houblon. En collaboration avec Houblons de France, et en s'inspirant de leurs travaux, la FR CIVAM Occitanie souhaiterait organiser un comice du houblon en région Occitanie. Ce dernier serait organisé sur trois journées. Deux jours de formations sur la culture du houblon et une journée d'échanges avec les différents acteurs professionnels de la filière (houblonniers, brasseurs, coopératives, associations, fournisseurs de matériel, etc.).

- La formation journée 1

La première journée de formation pourrait se dérouler chez une productrice de houblon en Aveyron qui possède 7000m² de production. Les thématiques abordées durant cette journée seront :

- La plante, son histoire et sa place aujourd'hui en France ;
- Itinéraire culturel ;
- L'accès aux plants ;
- Les ravageurs, maladies et virus et les moyens de lutte en AB ;
- Les débouchés possibles (brassage, plante aromatique, herboristerie).

- La formation journée 2

Si les moyens logistiques le permettent, La deuxième journée pourrait se dérouler chez Julien Barousse, qui débute son activité de houblonnier début 2020 sur 2 ha. Son projet a été longuement réfléchi et avec une production AB agroécologique, son modèle de houblonnière répond aux attentes de la filière houblon en Occitanie. Cette deuxième journée traitera des thématiques plus économiques :

- Le matériel nécessaire et les possibilités de réduction des coûts (occasion, auto-construction, mutualisation) ;
- Démonstration de l'auto-construction de séchoir ;
- L'investissement requis ;
- La récolte et la transformation ;
- La commercialisation et la certification ;
- Les statuts juridiques et les aides.

- Le colloque journée 3

La troisième journée pourra se dérouler à Narbonne, comme c'était le cas pour le colloque de novembre car c'est une localisation rapidement accessible partout en Occitanie. Cette journée rassemblera des houblonniers, des porteurs de projet, des pépiniéristes, des coopératives, des brasseurs, des techniciens/animateurs, des institutionnels, des laboratoires etc. Voici le programme de la journée envisagé.

Matinée :

- Présentation des avancées de la filière et des travaux en cours ;
- Présentation des porteurs de projet de houblonnières et des problématiques auxquelles ils font face dans le but d'obtenir des réponses au cours de la journée ;

- Table ronde : Témoignage d'un houblonnier contractualisant auprès des brasseurs, témoignage de l'APHARA (Association des Producteurs de Houblon en Auvergne Rhône Alpes) et de HOPEN. Cette table ronde permettra aux participants d'avoir un retour d'expérience quant à la réussite d'une houblonnière et à l'intégration de cette production locale dans la filière brassicole. Un temps de débat suivra chacune des interventions.

Après-midi :

- Ateliers : Interventions d'experts sur une thématique dans le but d'approfondir les connaissances techniques du public. Les sujets abordés seront : La qualité du houblon, le passeport phytosanitaire d'un plant, la contractualisation houblonnier-brasseur, la valorisation des lianes, le prêt participatif, la récolte/séchage/conditionnement du houblon, l'achat de matériel et la labélisation. Chaque atelier aura une durée de 1h30 avec deux sessions de quatre ateliers en même temps.

Cet évènement de trois jours se déroulera en novembre 2020, période à laquelle les houblonniers ont une faible activité.

Le financement de ces trois journées se fera d'une part grâce à une cotisation de 350 euros de la part des porteurs de projet pour la rémunération des intervenants, l'hébergement et le déplacement (avec un minimum de 6 porteurs de projets). C'est le tarif que propose Houblons de France pour deux jours de formation. Nous pouvons estimer le colloque à 10 000 euros car son contenu est similaire à celui de novembre 2019. Une partie pourra être intégrée au financement du GIEE houblon. Une participation pourra être demandée aux fournisseurs / distributeurs de matériels

2.2 Objectif 2 : Structurer et développer la filière orge / malt

2.2.1 Sécuriser la production d'orge

D'après les échanges des ateliers du colloque, pour développer la production d'orge brassicole bio régional il semble nécessaire d'inciter les producteurs à produire cette culture qui n'est pour l'instant pas forcément compétitive avec les autres céréales bio. Pour cela, un groupe de travail va être mis en place par Ocebio et Coop de France sur la contractualisation de la filière orge-malt-bière. Des visites de la malterie du Vieux Silo et de la malterie Occitanie seront organisées avec les producteurs d'orges pour faciliter et améliorer l'interconnaissance. Des réunions seront organisées afin de proposer des prix rémunérateurs aux agriculteurs, en accord avec les malteries et les brasseurs et aussi de réfléchir aux possibilités de contractualisation.

Ce travail s'intègre dans l'appel à projet Anim'Bio 2020 en faveur du développement des filières bio en Occitanie. À la suite du colloque de novembre, plusieurs structures partenaires du projet brassicole (Ocebio, Coop de France, CivamBio 09 et 11, Erables 31), ont répondu à l'AAP Anim'Bio pour maintenir leur participation au sein de la structuration de la filière brassicole bio régionale.

2.2.2 Mise en place de parcelles expérimentales

Toujours dans le cadre de l'AAP Anim'Bio, des expérimentations sont prévues en 2021 réalisées par le Biocivam 11 et Erables 31. D'ici là, les protocoles d'expérimentation vont être réalisés. Un travail de recensement des variétés d'orges brassicoles sera nécessaire pour sélectionner les variétés les plus adaptées selon les agriculteurs, les malteurs et les brasseurs. Ce travail pourra s'effectuer avec le soutien de Réseau Semences Paysannes et Secobra qui ont le savoir-faire et les connaissances associées. Des micro-maltages et des micro-brassins devront être réalisés afin d'analyser le comportement et le rendu final de la variété lors des transformations. Les micro-maltages peuvent être effectués à la malterie du Vieux Silo qui possède des infrastructures réduites ou bien chez Secobra qui possède sa propre unité de micro-maltage. Les micro-brassins pourront être réalisés au CFPPA Pays d'Aude qui possède une petite unité de brasserie.

2.3 Objectif 3 : Accompagner l'essor des brasseries artisanales

2.3.1 Mise en place de formations

Un recensement des offres en formations existantes en France et en Occitanie devra être effectué. Les thématiques de ces formations seraient la législation, la gestion d'une entreprise, les règles d'hygiène et la production. Les formations seraient destinées aux brasseurs amateurs voulant développer une activité commerciale mais également aux brasseurs déjà installés. Une réunion d'échanges devra être organisée avec les EPLEFPA (Etablissements Publics Locaux d'Enseignement et de Formations Professionnelle Agricoles), les CFAI (Centre de Formation des Apprentis de l'Industrie), le CFPPA de l'Aude et les CMA (Chambres des Métiers et de l'Artisanat) pour envisager les opportunités en région. Le Biocivam de l'Aude c'est positionné en tant que chef de file de cette thématique.

2.3.2 Accompagnement des collectifs de brasseurs

Au cours des entretiens qualitatifs et durant le colloque, les collectifs brassicoles ont fait part d'un manque de moyens humains et financiers ainsi qu'un épuisement de leurs ressources actuelles pour mener à bien les quelques actions déjà existantes. Les événements mis en place par les différents collectifs sont, au profit d'un fort succès, très chronophages. Très souvent, ces événements dédiés à la promotion de la bière, sont organisés par un même groupe moteur du collectif. Malheureusement, ces actions ont tendance à diminuer pour cause d'un essoufflement de la dynamique du collectif. Il existe également des enjeux sur la mutualisation et l'économie circulaire qu'il serait intéressant d'expérimenter sur le territoire. Durant les ateliers du colloque, les brasseurs ont fait remonter un fort intérêt pour la mutualisation de matériel tel que les trieuses, les embouteilleuses etc. ainsi que pour la consigne des fûts et des bouteilles.

De manière générale, il y a donc une forte volonté d'actions de la part des brasseurs mais qui est freinée par la difficulté à se dégager du temps pour participer aux actions collectives. L'externalisation de la gestion de ces dynamiques devient presque indispensable pour faire avancer la filière. Un recrutement pourrait s'effectuer pour l'ensemble des brasseurs d'Occitanie comme c'est le cas avec Bière de Provence et qui pourrait prendre en charge des actions de ce type :

- Appui à l'organisation des événements de chaque collectif pour maintenir l'identité territoriale de chacun d'entre eux ;
- Gestion logistique des achats groupés de malt, de houblon, de bouteilles, de capsules etc. ;
- Gestion de la contractualisation des houblonniers locaux avec les brasseurs ;

- Organisation d'expérimentation sur la mutualisation de matériels et sur l'économie circulaire.

Cette coordination externe permettrait également que les brasseurs d'Occitanie soient représentés par une seule et même personne afin de faciliter les échanges à l'échelle régionale et nationale. Mais c'est une démarche qui doit venir de la part des brasseurs. Seulement les brasseurs n'ont pas tous les mêmes envies de partage et la même vision de la filière.

Une réunion avec les brasseurs est donc à organiser afin d'étudier les freins et les avantages à cette coordination. Il faut pouvoir arriver à leur faire comprendre l'intérêt que cela pourrait leur apporter. L'objectif étant d'avoir un projet durable, qui rassemble un maximum de brasseurs autour d'actions concrètes. Au cours de cette réunion, l'ensemble des actions à mettre en place et déjà existantes sera définie.

Le financement de ce projet global proviendrait à la fois d'une cotisation de la part des brasseurs pour sécuriser leur implication et motivation, et également d'un appel à projet pour l'animation de filière.

2.3.3 La gestion des effluents

Le manque de connaissances et de sensibilisation concernant la gestion des effluents de la filière brassicole a été fortement remarqué durant le colloque de novembre. Pourtant c'est un sujet central dans la filière et peut entraîner la fermeture de la brasserie. Dans le cadre de l'appel à projet Anim'Bio, un travail va être réalisé sur la gestion des effluents de brasseries ainsi que sur la valorisation des co-produits (drêches). Le rendu final sera sous la forme d'un guide de bonnes pratiques à destination des brasseurs et qui devrait voir le jour courant 2020.

2.3.4 Commercialisation et promotion des brasseries artisanales

Lors du colloque, l'association BRIO avait présenté les résultats d'un questionnaire sur l'intérêt d'un label pour les brasseries. Il semble important de soutenir cette association et cette dynamique en continuant la réflexion. Pour cela, une première réunion entre brasseurs va être organisée, animée par Ocebio, pour réfléchir aux démarches de valorisation des bières régionales et les critères à insérer dans le cahier des charges. Une seconde aura lieu mais cette fois avec d'autres maillons de la filière (malteurs, houblonniers, producteurs d'orge) afin d'avoir un cahier des charges intégrant toute la filière. En parallèle de ce travail, une étude sur l'intégration des bières artisanales dans la marque Sud de France sera réalisée.

2.4 Objectif 4 : Maintien de l'interconnaissance

Il a été remarqué durant les divers échanges du colloque, que les connaissances entre les différents maillons sont très faibles. Il serait utile pour la filière de faciliter l'interconnaissance des acteurs, afin de mieux saisir les contraintes et spécificités de la chaîne de production de la filière brassicole. Des fiches-filières vont être rédigées pour présenter les thèmes suivants :

- Production et transformation du houblon ;
- Production d'orge ;
- Maltage ;
- Brassage ;
- Valorisation des drêches.

A ces fiches, il serait intéressant d'ajouter un annuaire de la filière. Une grande partie des acteurs liés à la filière brassicole a déjà été enregistrée sous format Excel. Nous pouvons y trouver l'ensemble des brasseurs, les houblonniers, les malteurs ainsi que des institutionnels. Il faudrait y rajouter les fabricants de machines, de matières premières, les coopératives et autres opérateurs de la filière afin de constituer un annuaire complet de la filière en Occitanie. Celui-ci, disponible en ligne serait régulièrement actualisé, permettrait aux acteurs d'échanger plus facilement entre eux et d'avoir un accès plus simple à des ressources locales.

3 Limites des propositions

Les précédentes propositions sont envisageables grâce à l'existence d'appels à projet qui permettent de financer des projets autour d'enjeux spécifiques tel que la promotion de filière, l'expérimentation, l'agroécologie etc. Dans une structure associative telle que la FR CIVAM Occitanie, une grande partie du temps de travail est dédiée à la recherche de financements et à la rédaction de dossiers prouvant l'éligibilité des projets. Parmi les propositions précédentes, certains financements sont déjà acquis par les structures mais ne seront pas suffisants pour mener à bien toutes les actions. Un travail de recherche d'appels à projet pouvant correspondre aux différentes problématiques sera à effectuer. L'avancée des actions dépend donc fortement des possibilités de financement qui s'offrent aux structures et des moyens humains inhérents.

Si la majorité de ces actions sont menées par des structures externes à la filière, elles restent avant tout dictées par les besoins et les motivations des acteurs. Avant de vouloir mettre en place quelque chose, il faut s'assurer de la bonne entente des différents groupes et de valider l'intérêt commun au sein de chaque action. Comme nous avons pu l'observer dans les dynamiques des autres régions, rassembler les acteurs autour d'un objectif commun permet de mettre de côté les divergences et de construire un projet commun durable.

Conclusion générale

En France, l'évolution des tendances de consommation a un impact direct sur les filières alimentaires et agricoles. La volonté d'avoir des produits de proximité, de qualité et naturels est à l'origine de la création de plus de 1 600 brasseries artisanales sur le territoire national. Cet engouement pour les bières artisanales a dépassé peu à peu l'échelle des brasseries pour s'étendre jusqu'à la production agricole avec un approvisionnement au plus près des consommateurs. C'est donc une toute nouvelle filière brassicole qui se construit depuis une dizaine d'années autour des brasseurs, houblonniers, producteurs et malteurs. Le développement d'une filière entraîne inéluctablement un besoin de coordination et de mise en réseau des différents acteurs. Pour aboutir à la relocalisation de l'approvisionnement et à la structuration de la filière, une analyse du marché brassicole et des enjeux mis en avant par les acteurs a été réalisée et fait l'objet de la présente étude.

Les résultats du diagnostic de la filière ont permis de confirmer d'une part le réel besoin en houblon bio, en orge brassicole bio et en outils de transformation de l'orge en malt. Ce besoin est porté par les brasseurs et leur volonté de produire des bières locales à forte valeur ajoutée.

L'étude a également mis en évidence des enjeux techniques, financiers, humains, scientifiques et commerciaux propres à chaque maillon de la filière. Pour y répondre, un ensemble d'actions a été défini et réparti selon les compétences techniques des différents acteurs institutionnels accompagnant le projet brassicole. Ces actions portent sur des expérimentations, la mise en place de formations, de réunions d'échanges et sur l'accompagnement des différents collectifs d'acteurs.

Le dernier point soulevé au travers de cette étude fut le manque d'interconnaissance au sein de la filière à l'échelle régionale et nationale. Pour répondre à cet enjeu, une coordination extérieure semble nécessaire. Cet appui externe permettrait d'accompagner les collectifs de brasseurs, favoriser les échanges et le lien entre les différents acteurs, et de centraliser l'ensemble des informations. La FR CIVAM Occitanie, pourrait dans la continuité du projet et du fait de ses compétences d'animation, prendre en charge cette action.

Finalement, pour l'ensemble de ces actions, il est essentiel d'impliquer à la fois les houblonniers, les producteurs d'orge, les malteurs et les brasseurs afin de maintenir le dynamisme et développer durablement la filière.

Références bibliographiques

- BARTH-HAAS. 2019. *The Barth Report Hops 2018/2019a. Barth-Haas Group* [En ligne]. Disponible sur : < https://www.barthhaas.com/fileadmin/user_upload/news/2019-07-23/barthreport20182019en.pdf > (Consulté le 11 janvier 2020).
- BEERTIME. 2019. *Gallia a signé avec Heineken, une première craft française a cédé!* [En ligne]. *Happy Beer Time*. Disponible sur : < <https://www.happybeertime.com/blog/2019/09/05/gallia-a-signé-heineken-premiere-craft-francaise-a-cede/> > (Consulté le 28 février 2020).
- BERTHIER, N. 2013. *Les techniques d'enquêtes en sciences sociales : méthodes et exercices corrigés*. Paris : Armand Colin. 352 p. ISBN : 978-2-200-25648-7.
- BIENVENUE A LA FERME, et IPSOS. 2014. *Bienvenue à la ferme et IPSOS dévoilent les résultats de leur étude : Les Français et le consommateur local* [En ligne]. Disponible sur : < https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/files/download/communiqué_12022013.pdf > (Consulté le 9 janvier 2020).
- BLAQUIERE, J. 2019. « Bière : la culture du houblon à la conquête du Sud-Ouest ». Dans : *Le Figaro.fr* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lefigaro.fr/societes/biere-la-culture-du-houblon-a-la-conquete-du-sud-ouest-20190503> > (Consulté le 14 janvier 2020).
- BRASSEURS DE FRANCE. 2019. *Tout savoir sur la bière* [En ligne]. *Brasseurs de France*. Disponible sur : < <https://www.brassers-de-france.com/tout-savoir-sur-la-biere/histoire/> > (Consulté le 29 décembre 2019).
- BREWERS ASSOCIATION. 2020. *National Beer Sales & Production Data* [En ligne]. *Brewers Association*. Disponible sur : < <https://www.brewersassociation.org/statistics-and-data/national-beer-stats/> > (Consulté le 28 février 2020).
- CHAMBRE D'AGRICULTURE. 2018. « GIEE ». Disponible sur : < <http://www.giee.fr/quest-ce-quun-giee/> > (Consulté le 7 avril 2020).
- CHEBLI, M. 2016. [Thèse]. *La bière : Production, Consommation et Santé Publique / Beer : Production, Consumption and Public Health* [En ligne]. Unpublished, Disponible sur : < <http://rgdoi.net/10.13140/RG.2.2.28989.67043> > (Consulté le 29 décembre 2019).
- COLEN, L, et J SWINNEN. 2015. « Croissance économique, mondialisation et consommation de bière - Colen - 2016 - Journal of Agricultural Economics - Wiley Online Library ». Disponible sur : < <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1477-9552.12128> > (Consulté le 28 janvier 2020).
- COURGARD, M-J. 2019. « Bière : comment Heineken progresse en France malgré le coup de frein du marché | Les Echos ». Dans : *Les Echos* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/biere-comment-heineken-progresse-en-france-malgre-le-coup-de-frein-du-marche-1153941> > (Consulté le 12 janvier 2020).
- DAMGE, M. 2017. « Ces trois groupes industriels qui rassemblent plus de 1 400 marques de bière ». *Le Monde.fr* [En ligne]. Disponible sur : < https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/07/21/ces-trois-groupes-industriels-qui-rassemblent-plus-de-1-400-marques-de-biere_5163268_4355770.html > (Consulté le 11 février 2020).
- DE SINGLY, F. 2012. *Le questionnaire*. Paris : Armand Colin, 128 p. ISBN : 978-2-200-25987-7.
- DGCCRF. 2019a. « Brasseurs de bière, adoptez les bonnes pratiques! » Disponible sur : < <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/brassers-biere-adoptez-bonnes-pratiques> > (Consulté le 20 janvier 2020).

- . 2019b. « Tout savoir sur l'étiquetage des bières ». Disponible sur : < <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/tout-savoir-sur-letiquetage-des-bieres> > (Consulté le 29 janvier 2020).
- DIRECTION GENERALE DES DOUANES ET DROITS INDIRECTS. 2019. « Droits des alcools et boissons alcooliques | Portail de la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects ». Disponible sur : < <https://www.douane.gouv.fr/fiche/droits-des-alcools-et-boissons-alcooliques> > (Consulté le 19 janvier 2020).
- DRAAF. 2020. « Céréales, oléagineux, protéagineux ». Disponible sur : < <http://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/Cereales-oleagineux-protéagineux> > (Consulté le 15 avril 2020).
- DUTEURTRE G., KOUSSOU M., LETEUIL H., 2000. « Une méthode d'analyse des filières ». N'Djamena, Tchad : LRVZ, 36 p.
- DUTIN, R. 2017. *Annuaire professionnel de la brasserie de la malterie et du houblon 2017*. Saint-Suplice de Royan : RCD Editions, 1319 p.
- FENNETEAU, H. 2007. *L'enquête : entretien et questionnaire*. Malakoff : Dunod. 2ème édition, 128 p. (Les topos). ISBN : 978-2-10-051337-6.
- FRCIVAM OCCITANIE. 2020. « CIVAM - Accueil ». Disponible sur : < <http://civam-occitanie.fr/-Qui-sommes-nous-> > (Consulté le 14 janvier 2020).
- FURET, A, S L'ORPHELIN, X PEYRARD, et R VIDAL. 2018. *La culture du houblon bio - Référentiel technico-économique en Auvergne-Rhône-Alpes* [En ligne]. Lyon, France : Disponible sur : < <https://www.auvergne-rhone-alpes-gourmand.fr/component/fabrik/details/9/190-referentiel-pour-la-culture-du-houblon-en-auvergne-rhone-alpes?Itemid=141> > (Consulté le 14 octobre 2019).
- GILLARD, E. 2019. *La bière en France*. Projet Amertume. Echirrolles, France : 108 p. ISBN : 978-2-9546756-6-4.
- . 2020. « Projet Amertume - Brasseries françaises ». Disponible sur : < http://projet.amertume.free.fr/index_carte.htm > (Consulté le 31 mars 2020).
- HEBART, J-P. 2003. « L'histoire de la bière - AGROPOLIS-MUSEUM - Savoirs partagés ». Disponible sur : < <http://www.museum.agropolis.fr/pages/savoirs/bieres/3histoire.htm> > (Consulté le 29 décembre 2019).
- HOP GROWERS OF AMERICA. 2000. « 2000 Statistical Report ». USA : USA Hop, 24p.
- . 2005. « 2005 Statistical Report ». USA : USA Hop, 21p.
- . 2009. « 2009 Statistical Report ». USA : USA Hop, 21p.
- . 2014. « 2014 Statistical Report ». USA : USA Hop, 20p.
- . 2019. « 2019 Statistical Report ». USA : USA Hop, 26p.
- HOPEN. 2018. *HOPEN - Terre de houblon - Présentation itinéraire technique et potentiel économique*. Bordeaux : HOPEN – Terre de houblon 28p.
- . 2020. « Houblon culture - HOPEN - Terre de houblon ». Disponible sur : < <https://www.hopenhoublon.fr/actu-et-tutoriaux/culture-houblon> > (Consulté le 15 avril 2020).
- HOUBLONS DE FRANCE. 2015. *Le Houblon en 8 chiffres | Houblons De France* [En ligne]. Disponible sur : < <https://houblonsdefrance.fr/le-houblon-en-8-chiffres/> > (Consulté le 8 janvier 2020).

- KIRIN BEER UNIVERSITY. 2018. « L'Université Kirin Beer rapporte sa consommation mondiale de bière par pays en 2017 | 2018 | Communiqués de presse | Kirin Holdings ». Disponible sur : < https://www.kirinholdings.co.jp/english/news/2018/1220_01.html > (Consulté le 29 janvier 2020).
- KLING-EVEILARD, F. 2012. *Les enquêtes qualitatives en agriculture : de la conception à l'analyse des résultats*. Paris : Institut de l'Élevage (IDELE). 95 p. (Méthodes & Outils). ISBN : 978-2-36343-194-3.
- LA FRANCE AGRICOLE. 2017. : « 1. Le marché français performant de l'épi au demi ». Dans : *La France Agricole* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.lafranceagricole.fr/article/1-le-marche-francais-performant-de-lepi-au-demi-1,1,2436943853.html> > (Consulté le 3 février 2020).
- L'ATELIER PAYSAN. 2019a. « Culture du houblon • Séchoir à houblon autoconstruit ». Dans : *L'Atelier Paysan* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.latelierpaysan.org/Culture-du-houblon-o-Sechoir-a-houblon-autoconstruit> > (Consulté le 15 janvier 2020).
- . 2019b. « Culture du houblon • Trieuse à Houblon Autoconstruite ». Dans : *L'Atelier Paysan* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.latelierpaysan.org/Culture-du-houblon-o-Trieuse-a-Houblon-Autoconstruite> > (Consulté le 15 janvier 2020).
- LE BALLE A., LEBEAU R., GRENTZINGER C., 2020. « *Faire mousser la bière en Occitanie* », Transrural Initiatives, n°478
- LEGIFRANCE. 2019. *Code général des impôts - Article 520 A* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006069577&idArticle=LEGIARTI000006309970&dateTexte=&categorieLien=cid> > (Consulté le 29 janvier 2020).
- . 2016. *Loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000193678> > (Consulté le 29 janvier 2020).
- MALTEURS DE FRANCE. 2019. « Chambre Syndicale de la Malterie Française - Malteurs de France ». Disponible sur : < <https://malteursdefrance.fr/> > (Consulté le 13 janvier 2020).
- NELSON, M. 2005. « The Barbarian's Beverage : A History of Beer in Ancient Europe ». Abingdon, UK : Taylor & Francis, p. 1. Disponible sur : < <https://www.taylorfrancis.com/books/9780203309124> > (Consulté le 8 janvier 2020). ISBN : 978-0-203-30912-4.
- PASSION CEREALES. 2017. « Les céréales en Occitanie ». Dans : *Passion Céréales* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.passioncereales.fr/region/occitanie> > (Consulté le 6 mars 2020).
- PERRIN, J. 2019. « Origine et histoire de la bière ». Disponible sur : < <https://www.histoire-pour-tous.fr/dossiers/3558-histoire-de-la-biere-1-lantiquite.html> > (Consulté le 29 décembre 2019).
- RAYON BOISSONS. 2018. « Top 10 des marques de bières en GMS : Leffe monte sur le podium ». Disponible sur : < <https://www.rayon-boissons.com/chiffres-du-marche/top-10-des-marques-de-bieres-en-gms-leffe-monte-sur-le-podium-54723> > (Consulté le 11 février 2020).
- RESEAU CIVAM. 2020. « Histoire des CIVAM | CIVAM ». Disponible sur : < <http://www.civam.org/index.php/les-civam/histoire-des-civam> > (Consulté le 14 janvier 2020).
- RIGAL, S. 2019. *Le Rigal de la bière : annuaire des brasseries artisanales et régionales en France*. Andrésy : Sonia Rigal Communication. 1370 p. ISBN : 978-2-9569275-0-1.
- SNBI. 2018. *Communiqué de presse : Qualité, Transparence, Authenticité ... « Brasseur Indépendant » la marque collective pour les brasseries indépendantes et artisanales* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.brassers-independants.fr/wp-content/uploads/2018/04/Communiqu%C3%A9-de-presse.pdf> > (Consulté le 22 novembre 2019).

- . 2019. *Le marché des Brasseries Indépendantes en plein essor* [En ligne]. *Les Brasseurs Indépendants*. Disponible sur : < <https://www.brasseurs-independants.fr/le-marche-des-brasseries-independantes-en-plein-essor/> > (Consulté le 5 janvier 2020).
- TASSEL, V. 2019. « Avec Heineken, la bière artisanale de Pantin sera aussi brassée à Sucy-en-Brie ». Dans : *leparisien.fr* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.leparisien.fr/seine-saint-denis-93/pantin-avec-heineken-la-brasserie-artisanale-gallia-change-de-dimension-05-09-2019-8145843.php> > (Consulté le 28 février 2020).
- THE BREWERS OF EUROPE. 2010. « Beer statistics 2010 edition ». Bruxelles, Belgique : The Brewers of Europe, 32p.
- . 2015. « Beer statistics 2015 edition ». Bruxelles, Belgique : The Brewers of Europe, 36p.
- . 2019. « European Beer Trends - Statistics report - 2019 Edition ». Bruxelles, Belgique : The Brewers of Europe, 36p.
- THOMAS, E. 2019. « La filière houblon s'organise ». Dans : *APECITA* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.apecita.com/actualites/actualites/la-filiere-houblon-sorganise> > (Consulté le 14 janvier 2020).

Table des figures

Figure 1 : Houblon en cône	4
Figure 2 : Houblonnière.....	4
Figure 3 : Part de la production de bière par continent en 2018 (Hop Growers of America, 2019).....	5
Figure 4 : Evolution de la production mondiale de bière depuis 1995 (Hop Growers of America, 2000, 2005, 2009, 2014, 2019).....	5
Figure 5 : Evolution des brasseries françaises en activité (Gillard, 2019)	7
Figure 6 : Typologie et spatialité évolutive de la production brassicole française entre 1984 et 2017 (Gillard, 2020).....	8
Figure 7 : Evolution du marché brassicole français dans le temps (The Brewers of Europe, 2010, 2015, 2019)	10
Figure 8 : Le marché des brasseries artisanales en France (SNBI, 2019)	10
Figure 9 : Le marché français de l'épi au demi (La France Agricole, 2017).....	12
Figure 10 : La filière brassicole artisanale en France issues des données du SNBI (2019) ..	13
Figure 11 : Répartition des différentes ressources financières de la FRCIVAM Occitanie (2018)	16
Figure 12 : Démarche générale de l'étude.....	22
Figure 13 : Présentation des différents ateliers du 22 novembre	34
Figure 14 : Cartographie des différents acteurs brassicole en Occitanie en 2019 (Carte créée via MyMap).....	36
Figure 15 : Nombre de brasseries par département de la région d'Occitanie (Douanes régionales, 2019).....	37
Figure 16 : Pourcentage de brasseurs utilisant certaines variétés de malt.....	39
Figure 17 : Part d'utilisation de malt biologique par les brasseurs.....	40
Figure 18 : Houblon en pellet T90	41
Figure 19 : Part de houblon biologique dans l'approvisionnement des brasseurs	41
Figure 20 : Evaluation de l'intérêt des brasseurs à utiliser du houblon biologique.....	41
Figure 21 : Les 15 variétés de houblon les plus utilisées par les brasseurs	42
Figure 22 : Variétés de houblon produites par les houblonniers en Occitanie	42
Figure 23 : Intérêt des brasseurs selon différents critères de production du houblon.....	42
Figure 24 : Part de brasseries selon le prix d'acceptabilité (au kg) pour du houblon biologique français	48
Figure 25 : Objectif de production en fonction de la surface dédiée.....	51
Figure 26 : Les freins rencontrés à l'installation par les houblonniers	52
Figure 27 : Critères recherchés par les brasseurs selon les houblonniers	52
Figure 28 : Intérêt pour un suivi expérimental des productions	53

Table des tableaux

Tableau 1 : Production et part de marché des grandes firmes brassicoles (Hop Growers of America, 2019).....	6
Tableau 2 : Dénomination et répartition des différentes catégories de brasseries en France (Dutin, 2017)	8
Tableau 3 : Top 10 des marques de bières en GMS (Rayon boisson, 2016)	9
Tableau 4 : Les membres du comité de pilotage	18
Tableau 5 : Echantillonnage du questionnaire auprès des brasseurs	25
Tableau 6 : Variables étudiées lors de l'enquête quantitative	25
Tableau 7 : Variables utilisées pour l'échantillonnage.....	26
Tableau 8 : Variables étudiées durant le questionnaire en ligne	30
Tableau 9 : Budget du colloque brassicole	33
Tableau 10 : Prévisionnel de l'offre en houblon en Occitanie.....	38
Tableau 11 : Données de production et de consommation des brasseurs en Occitanie	39
Tableau 12 : Moyennes d'utilisation des malts de blé, seigle et avoine par les brasseurs	40
Tableau 13 : Synthèse de l'offre et la demande en matière première	43
Tableau 14 : Investissement total d'une houblonnière pour 1 ha	47
Tableau 15 : Charges opérationnelles d'une houblonnière (Furet et al., 2018) (HOPEN, 2018)	49
Tableau 16 : Calcul de la marge brute prévisionnelle d'une houblonnière	49
Tableau 17 : Recueil des expériences régionales sur la filière brassicole.....	53
Tableau 18 : Matrice SWOT des houblonniers	55
Tableau 19 : Matrice SWOT des producteurs d'orge et des malteurs	55
Tableau 20 : Matrice SWOT des brasseurs	55
Tableau 21 : Plan d'action de la filière brassicole	62

Table des matières

Résumé	I
Abstract	II
Remerciements	III
Sommaire	IV
Table des sigles.....	V
Table des abréviations	V
Introduction générale.....	1
PARTIE 1 : Contextualisation de l'étude.....	2
1 La bière dans le monde	3
1.1 Les principales caractéristiques de la bière	3
1.1.1 Origine et historique	3
1.1.2 De l'épi au demi.....	3
1.1.3 Consommation et production mondiale	5
1.2 Une renaissance mondiale.....	6
1.2.1 Un nouvel intérêt pour les bières « craft ».....	6
1.2.2 Les caractéristiques d'une bière artisanale, dite « craft ».....	7
2 Panorama de la bière en France	7
2.1 Un renouveau très présent en France.....	7
2.1.1 L'explosion des brasseries artisanales françaises.....	7
2.1.2 Typologie des brasseries	8
2.1.3 Les conventions françaises vis-à-vis des brasseries.....	9
2.1.4 La consommation des français.....	10
2.2 Le marché de la bière	10
2.2.1 Le marché économique.....	10
2.2.2 Le commerce des matières premières	11
2.3 Une filière qui s'organise à l'échelle nationale	13
2.3.1 Vue d'ensemble de la filière brassicole	13
2.3.2 Des organisations déjà en place	13
2.3.3 Des moyens de différenciation	14
3 Les CIVAM.....	15
3.1 L'origine des CIVAM	15
3.1.1 Historique des CIVAM	15
3.1.2 Valeurs partagées	15
3.2 La Fédération Régionale des CIVAM Occitanie	16
3.2.1 Description	16
3.2.2 Missions	16
3.3 Un projet multi partenarial à l'origine de la filière brassicole Occitane	17
3.3.1 L'origine du projet brassicole.....	17
3.3.2 Un projet multi partenarial accompagnant la filière brassicole Occitane	18
4 Problématique.....	19
PARTIE 2 : Méthodologie	20
1 Méthodologie générale	21
2 Etat des lieux de la filière	23

2.1	Recensement des acteurs	23
2.1.1	Les brasseurs.....	23
2.1.2	Les houblonniers et porteurs de projet.....	23
2.1.3	Les malteurs.....	23
2.1.4	Les producteurs d'orge brassicole.....	23
2.2	Etude de l'offre et de la demande en matière première	24
2.2.1	Analyse du potentiel d'approvisionnement en matières premières.....	24
2.2.2	Analyse d'un questionnaire à destination des brasseurs.....	24
2.3	Analyse de l'organisation de la filière	25
2.3.1	Etude des différents acteurs.....	26
2.3.2	Etude approfondie de la production de houblon.....	28
2.3.3	Compréhension des principales problématiques des acteurs	30
3	Benchmark d'expériences existantes.....	31
3.1	Objectifs et identification des expériences à approfondir	31
3.2	Enquêtes auprès des différents acteurs des expériences choisies.....	31
4	Diagnostic de la filière.....	32
5	Validation d'un plan d'action participatif.....	32
5.1	Organisation d'un colloque.....	32
5.1.1	Le déroulement de la journée.....	32
5.1.2	Les moyens financiers.....	33
5.1.3	Les moyens de communication	33
5.2	Choix d'un plan d'action	34
5.2.1	Animation d'ateliers participatifs autour des principaux enjeux	34
5.2.2	Validation d'un plan d'action.....	34
PARTIE 3 : Résultats.....		35
1	Etat des lieux de la filière en Occitanie	36
1.1	Les acteurs du territoire Occitan	36
1.1.1	Cartographie des acteurs, de l'amont à l'aval.....	36
1.1.2	Les brasseurs.....	36
1.1.3	Les houblonniers	37
1.1.4	Les producteurs d'orge brassicole et malteurs	37
1.2	Etude de l'offre et de la demande	38
1.2.1	La production des producteurs d'orge et des malteurs.....	38
1.2.2	La production des houblonniers	38
1.2.3	Les besoins des brasseurs.....	39
1.2.4	Synthèse de l'offre et de la demande	43
2	Problématiques identifiées au sein de la filière	44
2.1	Synthèse des entretiens qualitatifs	44
2.1.1	Les besoins des brasseurs.....	44
2.1.2	Les difficultés des houblonniers	46
2.1.3	Les enjeux associés aux malts.....	50
2.2	Analyse des réponses au questionnaire quantitatif	51
2.3	Recueil d'expériences de structuration et de relocalisation de la filière	53
2.3.1	Présentation des expériences analysées	53
2.3.2	Les bonnes pratiques d'animation de la filière	54

3	Diagnostic final de la filière	55
4	Enjeux détaillés durant le colloque	56
4.1	Enjeux de la culture du houblon	56
4.2	Expérimentation variétale du houblon	56
4.3	Expérimentation variétale de l'orge	57
4.4	Transformation de l'orge au malt	57
4.5	Mutualisation et projets collectifs.....	58
4.6	Attentes consommateurs et différenciation des bières régionales	58
4.7	Economie circulaire.....	59
PARTIE 4 : Discussions et propositions		60
1	Discussion	61
1.1	Les limites de l'étude.....	61
1.1.1	Une analyse quantitative difficile à analyser.....	61
1.1.2	Une évolution difficile à suivre	61
1.1.3	Une filière étudiée par tous.....	61
2	Propositions	62
2.1	Objectif 1 : Structurer et développer la filière houblon.....	62
2.1.1	Création d'un réseau d'échanges interrégional	62
2.1.2	Création d'un collectif d'échanges en région	63
2.1.3	Mise en place de formations pour les producteurs	63
2.1.4	Accès aux aides pour l'installation des houblonniers	64
2.1.5	Mise en place de parcelles expérimentales.....	64
2.1.6	Organiser un comice du houblon.....	65
2.2	Objectif 2 : Structurer et développer la filière orge / malt	66
2.2.1	Sécuriser la production d'orge.....	66
2.2.2	Mise en place de parcelles expérimentales.....	67
2.3	Objectif 3 : Accompagner l'essor des brasseries artisanales	67
2.3.1	Mise en place de formations.....	67
2.3.2	Accompagnement des collectifs de brasseurs	67
2.3.3	La gestion des effluents	68
2.3.4	Commercialisation et promotion des brasseries artisanales	68
2.4	Objectif 4 : Maintien de l'interconnaissance	68
3	Limites des propositions	69
Conclusion générale.....		70
Références bibliographiques		71
Table des figures		75
Table des tableaux		76
Annexes		80
Table des Annexes.....		114

Annexes

Fiche technique

CONSEIL TECHNIQUE DE SAISON

La culture de houblon

Famille : Cannabaceae • Espèce : Humulus Lupulus L.

Le houblon est principalement destiné à la fabrication de la bière. Il est également utilisé comme plante médicinale. Il existe de nombreuses variétés qui apporteront à la bière arômes et amertume. Seule la fleur non fécondée du plant femelle nous intéresse. Elle contient une poussière résineuse jaune, appelée « lupuline ».

- Le développement de microbrasseries, qui produisent de la bière bio, augmente dans nos régions. L'intérêt d'une production de houblon, locale et en circuit court, est en pleine évaluation.

La culture du houblon est assez technique. Nous avons visité une houblonnière bio à Poperinge (De Plukker). La fiche technique reprend des données françaises, québécoises et celles de De Plukker..

Généralités

Il faut commencer par choisir un terrain n'ayant pas une pente trop prononcée, orientée au sud-sud/ouest. La parcelle sera protégée des vents dominants.

Le houblon apprécie un sol profond, drainant, avec une bonne capacité de rétention en eau. Il n'aime pas les sols tassés. La texture du sol idéale est de type limono-sableuse ou limono-argileuse.

Une réserve en eau, à faible profondeur, est un atout car le houblon demande une alimentation régulière en eau. L'irrigation au goutte-à-goutte peut être utilisée pour subvenir aux besoins de 250 à 300 mm d'eau, entre fin juin et début août. Le paillage est un plus pour conserver l'humidité.

La somme des températures maximales quotidiennes se situe entre 2.500 et 3.000 °C.

Implantation de la culture

L'implantation est un travail fastidieux ; par contre, une fois implantée, la culture peut parfois rester plus de 20 ans.

Les plants peuvent provenir de boutures de rhizome, par marcottage ou par microbouturage.

La plantation est réalisée vers la mi-avril pour les boutures et au mois de mai pour les microboutures.

Les griffes sont plantées dans un sillon de 20-30 cm de profondeur, recouvert par 10 cm de terre. La distance habituelle varie de 2,8 à 3,8 m en interligne et 0,9 à 1,7 m entre les pieds (2.000 à 3.000 pieds /ha). Chez De Plukker, c'est 3 m d'interligne, 1,15 m d'intraligne pour 2.000 à 2.500 pieds/ha.

L'échafaudage

L'échafaudage peut être mis en place avant ou après la plantation (attention à la structure du sol).

La hauteur des poteaux (hors du sol) varie de 6 à 7 m. Ils porteront

un maillage de fils sur lesquels seront suspendus les fils verticaux pour l'enlacement des lianes (une fiche technique sur le montage de l'échafaudage sera réalisée).

Fertilisation

Le houblon n'est pas très exigeant. Par contre, il doit être bien alimenté, de l'allongement des lianes jusqu'à la fin de floraison. Il apprécie les engrais de ferme épandus fin d'hiver. Par exemple, 15 à 20 t/ha de compost de fumier et de déchets de houblon, réalisés en respectant bien le processus (t, air, humidité), avec minimum 3 retournements, est un bon engrais de ferme. Un complément en engrais organique du commerce peut être apporté au mois de mai (engrais composé contenant environ 40 u dN - d'azote). Le bore est un oligoélément important pour obtenir un grand nombre de fleurs.

Conduite de la culture

L'année de l'implantation : Le rendement sera faible (50 %), voire nul.

Les années suivantes : Il y a deux techniques. Soit après 2-3 ans, au mois de mars, dégager la souche sur un diamètre de 30 cm et couper tous les rhizomes qui fuient. À ce moment, il est possible de récolter les jets de houblon pour la gastronomie (comme des petites asperges) et laisser les 4 à 6 plus beaux pour la production des lianes de l'année (attention de toujours désinfecter les outils coupants avec de l'alcool à 70 °C entre chaque plant). Soit ne rien couper (De Plukker).

En hiver, les buttes sont mises à plat et un buttage répété pendant la saison sera réalisé.

Pendant la croissance des lianes, il faudra les aider à tourner autour de la ficelle. Attention qu'il y a un sens. Il faut toujours tourner d'est en ouest, comme le soleil, sinon les lianes forceront contre nature et se fendront (3 passages de mise à fil).

S'il n'y a pas eu de récolte de jet, il faudra choisir 4 à 6 lianes lorsqu'elles auront 1 m et couper les autres à 5 cm (désinfecter le matériel). Pour l'autre technique, ne rien couper (De Plukker).

Dans le cas de la taille, les déchets de la taille doivent être éloignés de la parcelle pour éviter la prolifération des maladies (compost).

Une fois que les lianes ont atteint 2 m, il est conseillé d'enlever les feuilles du premier mètre. Ceci permettra une bonne aération de la culture et limitera le développement des maladies et des ravageurs.

Il faudra couper les lianes lorsqu'elles arrivent au fil supérieur. Ceci entamera le processus de floraison.



La lutte biologique contre les maladies et les ravageurs

Les grands ennemis du houblon sont le mildiou, la verticilliose, les araignées rouges et les pucerons.

Le cuivre peut être utilisé contre le mildiou avec les limites recommandées en bio (un passage tous les 10 jours). Il faut savoir que c'est de la monoculture et que le cuivre reviendra chaque année, donc il ne faut pas saturer le sol. Il est possible de renforcer la résistance au mildiou avec du purin de prêle, en arrosage et ou en pulvérisation.

La verticilliose est liée au sol. Il faudra choisir des variétés résistantes, veiller à un bon équilibre au niveau du sol. L'apport de compost semble limiter le développement de cette maladie.

Pour les pucerons, il faudra attirer les insectes auxiliaires (coccinelles, syrphes, chrysopes...) avec des plantes compagnes. Du trèfle violet peut être semé dans la parcelle et en bordure de celle-ci ; semer des mélanges avec de la phacélie, du sainfoin..)

Des hôtels à insectes peuvent également être placés dans la parcelle (pince-oreilles, guêpes solitaires..).

Le purin d'ortie peut également être utilisé.

Les araignées rouges sont assez problématiques. Les œufs éclosent au printemps et les araignées montent sur les lianes et piquent la plante. Plus il fait chaud et sec, plus elles sont actives. Il n'existe pas de produit autorisé.

Herse régulièrement l'interligne, enlever les feuilles du bas des lianes, réaliser un piège avec de la colle sur le bas des lianes. Arroser la culture par le dessus sont des techniques efficaces pour déranger les araignées.

Calendrier phytotechnique

Hiver	<p>FIN FÉVRIER-DÉBUT MARS :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implantation des plants ou rhizomes, si nécessaire ; • Fixation des fils comme tuteurs ; • Récolte des premiers jets (facultatif) ; • Taille des bourgeons excédentaires pour éviter le gaspillage d'énergie de la plante et avoir des lianes plus robustes.
Printemps	<p>FIN AVRIL-DÉBUT MAI :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tournage dans le sens horaire des lianes autour du fil ; • Buttage de plants pour le développement des racines adventives ; • Ébrousser (tailler) les tiges et feuilles excédentaires de la partie inférieure pour éviter le gaspillage d'énergie de la plante et le développement de maladies/parasites. <p>MAI-JUN :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deux apports d'engrais et d'oligoéléments ; • Tournage dans le sens horaire des lianes autour du fil ; • Rognager (tailler) les ramifications secondaires inférieures sur 1 m pour éviter le gaspillage d'énergie de la plante et le développement de maladies/parasites.
Été	<p>JUN-AOÛT :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Léger travail du sol (cultivateur) ; • Gestion des adventices selon les besoins ; • Gestion des maladies/parasites selon les besoins jusqu'à la date limite du 10 août pour respecter le délai avant récolte. <p>FIN AOÛT-DÉBUT SEPTEMBRE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Récolte à une date optimale pour la teneur en acides « alpha » ; • Séparation des cônes de la liane, séchage et pressage des cônes.
Automne	<p>NOVEMBRE-DÉCEMBRE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Labour avec épandage de fumier et éventuellement chaulage ; • Nettoyage avant l'hiver en coupant les tiges sèches ; • Récolte des boutures de rhizomes (facultatif, après trois ans de culture) ; • Mise en place du paillis hivernal au pied des plants.

La récolte

Le houblon se récolte de fin août à mi-septembre en fonction de la précocité de la variété. Il est récolté lorsque la lupuline sort des cônes, que les cônes commencent à sécher et que l'odeur dégagée est de type poire/pomme alors qu'il n'y a pas de maturité, l'odeur d'un cône est de type gazon/foin. Il est primordial de récolter le houblon à la période optimum de maturité pour avoir un maximum d'acides « alpha ». Une récolte trop précoce engendre une perte de plus de 20 % d'acides « alpha », alors qu'une récolte trop tardive engendre une perte de 10 % de ces acides « alpha ». Il est possible de passer par le laboratoire INAGRO en Flandre pour déterminer la période optimale de récolte, sur base du dosage de la teneur en acides « alpha » des cônes (35€ HTVA par analyse).

La récolte doit se réaliser par un temps frais, sec et sans vent fort. Après une journée de pluie, il est préférable d'attendre trois jours pour récolter. La présence trop importante d'une maladie/parasite peut nécessiter une récolte précoce mais, au-delà d'un certain seuil d'infection, les cônes ne seront plus valorisables.

La récolte du houblon est semi-mécanisée pour éviter un besoin élevé en main-d'œuvre. Les lianes et fils (tuteurs) sont coupés à 1 m du sol par un disque rotatif, alors qu'une personne coupe les fils à leur sommet. Les lianes tombent ensuite dans la remorque à l'arrière du tracteur.

SOURCES

- Montréal Houblonniers Entretien du houblon
- www.brassageamateur.com Introduction à la culture de Houblon
- Chambre d'agriculture du Languedoc-Roussillon : Fiche technique sur le Houblon de Julien Garcia
- IB n° 34 Les avancées du Bio : Le houblon et sa culture



Annexe 2 : Questionnaire réalisé par le SNBI auprès des brasseurs français

L'utilisation du malt et du houblon par les brasseurs français

Ce formulaire est produit dans le cadre d'une enquête menée par le Syndicat National des Brasseurs Indépendants. Il a pour objet l'étude des pratiques des brasseurs et de leurs besoins vis à vis du malt et du houblon, (et plus particulièrement du houblon biologique français).

La durée du questionnaire est d'approximativement 10 minutes.

La synthèse des réponses sera accessible par un lien disponible à la fin du questionnaire. Par ailleurs, les résultats de cette étude seront présentés au Salon du Brasseur à Nancy qui se tiendra du 29 au 30 mars (<http://www.salondubrasseur.com/>).

Nous vous remercions par avance pour l'intérêt que vous portez à ce questionnaire.

Questions concernant le malt :

- Quelle quantité de malt utilisez-vous annuellement en tonnes ?
- Quelles variétés de malt utilisez-vous et dans quelles proportions ?
- A quel prix au kg achetez-vous votre malt ?
- A quel prix moyen au kg seriez-vous prêt à acheter du malt local conventionnel ?
- Quelle est la part de malt biologique dans votre utilisation de malt ?
- A quel prix moyen au kg seriez-vous prêt à acheter du malt local biologique ?

Questions concernant le houblon :

- Quelle quantité annuelle de houblon utilisez-vous en kg ?
- Quelles sont les variétés que vous utilisez et dans quelles proportions ?
- A quel prix achetez-vous les variétés que vous utilisez ?
- Si vous utilisez d'autres variétés, pouvez-vous préciser lesquelles ?
- Sous quelle forme utilisez-vous le houblon ?
- Quel type de conditionnement vous convient le mieux ?
- Comment vous approvisionnez-vous ?
- D'où provient majoritairement votre houblon ?
- Quelle est la part de houblon biologique dans votre utilisation de houblon ?
- Quelle importance attachez-vous à ces critères lors de votre achat de houblon ? (Qualité, prix, disponibilité, origine, production, variété, conditionnement, social)
- Êtes-vous attachés à d'autres critères en particulier ? Si oui, lesquels ?

Questions concernant les attentes vis-à-vis de l'origine et du mode de production du houblon :

- Comment évaluez-vous votre intérêt à utiliser du houblon produit en France ?
- Comment évaluez-vous votre intérêt à utiliser du houblon produit « localement » ?
- A quel prix moyen au kg seriez-vous prêt à acheter du houblon conventionnel local ?
- Comment évaluez-vous votre intérêt à utiliser du houblon biologique ? (sans prendre compte l'origine)
- Vous diriez que le houblon biologique français est : indisponible, plutôt indisponible, plutôt disponible, disponible, sans avis
- S'il était davantage disponible, en augmenteriez-vous la quantité dans vos approvisionnements ?
- A quel prix moyen au kg seriez-vous prêt à acheter du houblon biologique français ?

Questions concernant l'enquête :

- Quel volume annuel brassez-vous en hl ?
- Dans quel département se situe votre établissement ?

Annexe 3 : Guide d'entretien pour les brasseurs

Thème	Sous thème - relance
Présentation de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> - Historique - Présentation de la brasserie
Le fonctionnement général	<ul style="list-style-type: none"> - Fournisseurs houblon et malt - Quantités commandés - Contractualisation - Type de clientèle - Quantité de bière produite - Concurrence du marché
La production de bière	<ul style="list-style-type: none"> - Critères qualitatifs des matières premières - Valorisation de la production - Intérêt pour un label bio, local et/ou artisanal - Possibilité d'adaptation des recettes pour des matières premières locales
Retour d'expérience	<ul style="list-style-type: none"> - Relation avec les autres brasseurs et acteurs de la filière - Vision d'avenir de la filière brassicole - Les difficultés / clés de réussite - Points d'amélioration - Avis sur la relocalisation de la filière

Annexe 4 : Guide d'entretien pour les houblonniers

Thèmes	Sous thème - Relances
Historique	<ul style="list-style-type: none"> - Provenance du projet - Intérêt (Diversification, autosuffisance, commercialisation) - Date de création
L'exploitation	<ul style="list-style-type: none"> - Surface - Bio et/ou conventionnel
Aspect foncier	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisition des terres - Critères de choix
Investissement	<ul style="list-style-type: none"> - Investissement financier et aides - Matériel utilisé
Formations	<ul style="list-style-type: none"> - Source d'information
Fournisseurs des plants	<ul style="list-style-type: none"> - Origine - Quantité commandée
Fertilisation	<ul style="list-style-type: none"> - Type de sol - Quel type d'apport
Maladie et remède	<ul style="list-style-type: none"> - Importance des maladies dans la culture
Production	<ul style="list-style-type: none"> - Récolte en kg
Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> - Circuits de commercialisation (distribution, à façon) - Nombre de clients
Qualité	<ul style="list-style-type: none"> - Certification - Critère de qualité - Attentes des brasseurs
Conseils	<ul style="list-style-type: none"> - Menaces / opportunités du secteur - Clés de la réussite
Objectifs et futur	<ul style="list-style-type: none"> - Perspective d'évolution - Vision d'avenir de la filière - Intérêt pour nos réflexions

Annexe 5 : Guide d'entretien pour le porteur de projet de houblonnière

Thème	Sous thème - relance
Présentation générale	<ul style="list-style-type: none"> - Combien d'employés - Quelles aides financières - Source d'informations
Equipement	<ul style="list-style-type: none"> - Quel équipement est utilisé - Matériel auto-construit ou non - Quelle capacité de production
Fournisseur	<ul style="list-style-type: none"> - Combien de fournisseurs ? - Quel type de céréales, quelles variétés ? - Quelles quantités - Cahier des charges pour la qualité, comment pensent-ils concurrencer d'un point de vue qualitatif ? - Politique de contractualisation
Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de client - Description des attentes et des critères des brasseurs - Quels circuits de distribution
Retour d'expérience	<ul style="list-style-type: none"> - Les menaces / opportunités du secteur - Les clés de sa réussite
Développement de la malterie	<ul style="list-style-type: none"> - Perspectives d'évolutions - Intérêt pour notre projet et nos réflexions

Annexe 6 : Guide d'entretien pour les malteurs

Thème	Sous thème – relance
Historique du projet	<ul style="list-style-type: none"> - Genèse du projet - Formations suivies - Objectif
L'exploitation	<ul style="list-style-type: none"> - Surface - Fonctionnement - Innovation du projet
Foncier	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisition des terres - Aides financières - Critères de sélection
Mécanisation	<ul style="list-style-type: none"> - Matériel utilisé - Solutions pour réduire les coûts
Objectifs et futur	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptations face aux difficultés de créer une houblonnière - Besoins de la filière

Annexe 7 : Guide d'entretien pour porteur du projet de malterie

Thème	Sous thème - relance
Historique de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> - Métier d'origine - Origine du projet
La plateforme de distribution	<ul style="list-style-type: none"> - Fonctionnement général - Objectif - Premiers résultats, impressions
La couveuse brassicole	<ul style="list-style-type: none"> - Fonctionnement général - Objectif - Premiers résultats, impressions
Construction du projet de la malterie	<ul style="list-style-type: none"> - Travail effectué au préalable (Étude de marché, visite malterie...) - Partenariat avec Arterris - Financements - Connaissance du métier de malteur
Equipement	<ul style="list-style-type: none"> - Equipement utilisé - Budget accordé
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> - Type de fournisseur (contrat exclusif avec Arterris ?) - Politique de contractualisation - Variétés utilisées
Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> - Type de malt - Nombre de clients - Concurrence avec les malteries industrielles - Circuits de distribution ?
Objectifs et futur	<ul style="list-style-type: none"> - Vision de l'évolution de malterie - Préoccupations
Développement de la filière brassicole	<ul style="list-style-type: none"> - Attentes vis-à-vis de la filière - Principaux freins et besoins

Annexe 8 : Guide d'entretien pour les collectifs de brasseurs

Thème	Sous thème – relance
Fonctionnement	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'adhérents - Localisation - Objectifs
Actions	<ul style="list-style-type: none"> - Type d'actions mises en place
Marché brassicole	<ul style="list-style-type: none"> - Avenir du marché brassicole - Freins au développement
Attentes	<ul style="list-style-type: none"> - Améliorations envisageable

Annexe 9 : Guide d'entretien pour Garlonn KERGOURLAY

Thème	Sous thème – relance
Historique	<ul style="list-style-type: none"> - Parcours - Intérêts pour la filière brassicole - Objectifs - Moyens
Présentation de l'entreprise « Il était une brasserie »	<ul style="list-style-type: none"> - Historique, missions, rôle dans la filière - Stratégie de développement - Public visé
L'état de la filière actuelle	<ul style="list-style-type: none"> - Menaces et opportunités - Besoins - Pérennité des brasseries
Perspective de développement d'une filière locale	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence d'une filière locale - Principaux axes à développer - Intérêt d'un label - Place de l'économie circulaire - Attentes des consommateurs

Annexe 10 : Questionnaire à destination des houblonniers



Rubrique 1 sur 5

Capitalisation des connaissances sur la production de houblons en France

Dans le cadre d'un projet de relocalisation de la filière brassicole, la FRCIVAM Occitanie réalise, avec un collectif de partenaires, une enquête auprès des houblonniers de France. Elle a pour but de quantifier la production actuelle de houblon en France et d'identifier les besoins et enjeux. L'analyse de ce questionnaire sera diffusée publiquement et permettra d'avoir une base solide dans la structuration de la filière.

Nous tenons à vous préciser que toutes les informations resteront confidentielles et seront traitées de façon anonyme.

La durée de ce questionnaire est d'environ 10 minutes.

Nous vous remercions d'avance pour votre participation.

VOTRE HOUBLONNIERE

- En quelle année avez-vous débuté votre houblonnière ?
- Quel est l'objectif principal de cette production ?
 - Diversification de production / Commercialisation
 - Autoconsommation
 - Autre
- Quelle est votre surface de production ? (en ha)
- Combien de plants cultivez-vous ?
- Les houblons cultivés sont-ils bio ?
- Quel est le nombre d'UTH dédié à la houblonnière ?
- Sous quelle forme plantez-vous le houblon ?
 - Graine
 - Rhizome
 - Plant
- Où sont achetés la majorité de vos houblons ?
 - Allemagne
 - Belgique
 - Espagne
 - Etats-Unis / Canada
 - France
 - Nouvelle-Zélande
 - Royaume-Unis
 - Je ne les achète pas
- Combien de variétés cultivez-vous ?
- Quelles sont les variétés que vous cultivez et qui s'adaptent à vos conditions de production ?

Aroma – Bitter – Bramling Cross – Brewers Gold – Bullion – Cascade – Centennial – Challenger – Chinook – Cobbs – Columbus – Comet – Crystal – Early Bird – Fuggle – Galena – Goldings – Grimmler – Hallertauer – Hersbrucker – Kent Goding – Liberty – Magnum – MT Hood – Northdown – Nugget – Opal – Perle – Prima Donna – Progress – Redsells Eastwell – Saaz – Serebrianka – Sorachi Ace – Splater Splat – Star – Sterling – Tahoma – Target – Taurus – Tettnanger – Tradition – WGV – Willamette – Yakima Gold – Yeoman – ZeusNewport – Autre

- Si vous utilisez d'autres variétés, pouvez-vous préciser lesquelles ?
- Cultivez-vous des variétés sauvages ?

- Quel est l'usage de ses variétés sauvages ?
 - Infusion
 - Cuisine
 - Brasserie
 - Utilisation des lianes
- Quelle a été votre récolte de houblon l'an passé (en kg de cônes secs)
- Quel conditionnement utilisez-vous ?
 - Aucun
 - Cônes séchés
 - Pellets
 - Poudre
 - Huile Essentielle

VOTRE RETOUR D'EXPERIENCE

- Les thématiques suivantes ont-elles été un frein à votre installation ? (Pas du tout, plutôt non, plutôt oui, tout à fait)
 - Le foncier
 - Les connaissances techniques
 - L'investissement
 - L'accès aux plants
- Selon vous, quelles sont les améliorations à mettre en place ?
- Comment avez-vous eu accès aux terres ?
 - Déjà en propriété
 - Organisme spécialisé dans l'accès au foncier
 - Bouche à oreille
- Quelle est selon vous la source d'information la plus utile ? (Indispensable, plutôt utile, peu utile, Inutile)
 - Internet
 - Formation
 - Visite de houblonnière
 - Auto-apprentissage
 - Echanges entre pairs
- Votre production est-elle mécanisée ?
- Si oui, quel matériel utilisez-vous et d'où provient-il ? (Pas utilisé, achat, auto-construction, CUMA, location, autre)
 - Outils Fischer
 - Défaneuse
 - Atomiseur
 - Nacelle
 - Arracheuse
 - Trieuse
 - Séchoir
 - Pelletiseuse
- Quel a été votre budget d'investissement pour la mécanisation (en k€) ?
- Quel a été votre investissement total pour la production de houblon (en k€) ?
- Avez-vous eu accès à des aides financières ?
- Si oui, lesquelles ?
- Comment évaluez-vous la production de houblon ?
 - Facile
 - Plutôt facile
 - Plutôt difficile
 - Difficile
- Votre production est-elle impactée négativement par les points suivants et dans quelles proportions ? (1 à 20% - 21 à 40% - 41 à 60% - 61 à 80% - 81 à 100%)
 - Vent
 - Irrigation
 - Ravageurs
 - Maladies
 - Luminosité
 - Structure du sol

- Auprès de qui valorisez-vous votre production et dans quelles proportions ? (1 à 20% - 21 à 40% - 41 à 60% - 61 à 80% - 81 à 100%)
 - Autoconsommation
 - Brasserie
 - Herboristerie
 - Exportation
 - Coopérative
 - Autre
- Selon vous, les brasseurs recherchent principalement dans vos houblons (Absolument – de préférence – pas particulièrement - pas du tout) ?
 - Taux d'acide alpha
 - Quantité
 - Stabilité
 - Bio
 - Singularité

PERSPECTIVES D'EVOLUTION DE LA FILIERE

- Que pensez-vous de la mutualisation du matériel de houblonnière ?
 - Intéressé
 - L'utilise déjà
 - Pas intéressé
 - Inconcevable (contrainte du calendrier)
 - Sans avis
- Etes-vous intéressé pour cultiver du houblon local ?
 - Très intéressé
 - Intéressé
 - Moyennement intéressé
 - Pas intéressé
 - Sans avis
- Seriez-vous intéressé pour intégrer un programme de suivi expérimental de vos production ?
 - Très intéressé
 - Intéressé
 - Moyennement intéressé
 - Pas intéressé
 - Sans avis
- Pensez-vous prochainement augmenter votre production ?
- Comment valorisez-vous vos déchets ? (Feuille - liane)
 - Alimentation animale
 - Amendement
 - Méthanisation
 - Compost
 - Je n'en fais rien
- A l'avenir, quel thème / axe de recherche aimeriez-vous que la filière brassicole développe pour répondre à vos besoins ?
 - Expérimentation sur des moyens de lutte contre les prédateurs, parasites et maladies
 - Sélection variétales pour des variétés locales
 - Formations techniques
 - Mutualisation des outils
 - Aides financières
 - Lien entre les houblonniers
 - Accès au foncier
 - Réglementation, cahier des charges et certification de la production
 - Eco-conception

A PROPOS DE VOUS

- Dans quel département se situe votre houblonnière ?
- Si vous êtes intéressé par le projet de relocalisation et désirez en suivre les avancées, indiquez votre email.

Annexe 11 : Guide d'entretien pour le benchmarking

Thème	Sous thème - relance
Historique	<ul style="list-style-type: none"> - Origine du projet, motivations (Date début, étape, comité de pilotage, acteurs, moyens) - Les freins et moteurs du projet
Fonctionnement	<ul style="list-style-type: none"> - Identité du porteur (GIEE, chambre d'agriculture, association ...) - Type de coordination - Points fort / points faibles - Nombre d'acteurs impliqués - Nombre de producteurs impliqués
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> - Outils de gouvernance - Délégation
Objectifs et thématiques clés	<ul style="list-style-type: none"> - Objectifs et enjeux - Actions réalisées / à venir
Stratégie	<ul style="list-style-type: none"> - Moyen de communication - Stratégie de développement
Retour d'expérience	<ul style="list-style-type: none"> - Succès du projet - Difficultés / freins rencontrés - Pérennisation de la filière - Perspectives d'évolution



LA FILIÈRE BRASSICOLE EN OCCITANIE
JOURNÉE D'ÉCHANGES ET DE CO-CONSTRUCTION
D'UN PLAN D'ACTION POUR LA RELOCALISATION DE LA
FILIÈRE EN OCCITANIE

22 NOVEMBRE 2019

9H30 - 17H30

MJC - PLACE ROGER SALENGRO - NARBONNE

ANIMÉ PAR LA ZYTHOLOGUE ELISABETH PIERRE

OUVERT À TOUS LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE

Agriculteurs, houblonniers, producteurs d'orge, coopératives, malteurs, brasseurs, chercheurs, animateurs, distributeurs et techniciens



PROGRAMME DE LA JOURNÉE

9h30 : Mot d'introduction

10h00 : Conférence "Etat des lieux de la filière brassicole en Occitanie"

10h30 : Conférence "La bière et les attentes consommateurs" Elisabeth Pierre

11h00 : Table-ronde avec des témoignages de dynamiques de relocalisation brassicole hors-région

12h30 : Buffet de produits bio et locaux, stands d'informations et dédicace d'Elisabeth Pierre

14h30 : 1ère session d'ateliers participatifs (enjeux de la culture du houblon, sélection variétale de l'orge, mutualisation et projets collectifs, économie circulaire)

15h40 : 2ème session d'ateliers participatifs (sélection variétale du houblon, transformation de l'orge au malt, attentes consommateurs et différenciation des bières régionales)

16h40 : Mot de clôture

Après 17h30 : Rendez-vous à l'Antre de l'Echoppe pour une soirée conviviale (4 rue Benjamin Crémieux)

Renseignements :

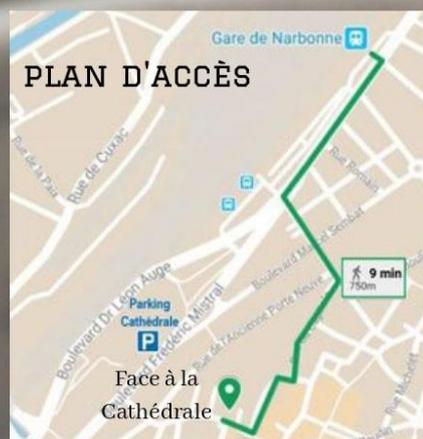
04 67 06 23 40

contact@civam-occitanie.fr

Inscription / Réservation du repas / Choix des ateliers :

➤ <https://urlz.fr/aCJd> ◀

Événement gratuit sur inscription, frais de participation au repas : 10€



Annexe 13 : Extrait des réponses au questionnaire du SNBI

Catégories de brasseries	Volume brassé / an (hl)	Conso houblon /an (kg)	Conso malt /an (t)	Part de malt biologique	Part de houblon biologique	Format d'utilisation du houblon	Intéret pour du houblon français	Intérêt pour du houblon local	Intérêt pour du houblon biologique	Avis sur le houblon français	Volonté d'augmenter l'appro si plus de disponibilité ?
Probrasseries	12	10	2	100%	100%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Disponible	Oui
	50	40	4	51 à 75%	100%	Pellets, Cônes	Intéressé	Intéressé	Très intéressé	Indisponible	Plutôt oui
	70	25	2	76 à 99%	Importante	Pellets	Intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Oui
	80	20	2.4	0%	0%	Pellets	Intéressé	Intéressé	Peu intéressé	Sans avis	Plutôt oui
	90	30	2	0%	Importante	Pellets	Peu intéressé	Intéressé	Intéressé	Peu disponible	Plutôt oui
	100	20	2	0%	0%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	100	30	4	100%	0%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	100	15	2.5	100%	0%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Non
	100	30	4	100%	100%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	120	55	3	0%	100%	Pellets	Peu intéressé	Peu intéressé	Peu intéressé	Sans avis	Sans avis
	130	120	6	0%	Faible	Pellets	Peu intéressé	Peu intéressé	Pas intéressé	Indisponible	Plutôt oui
	150	90	4	0%	Importante	Pellets	Intéressé	Intéressé	Intéressé	Peu disponible	Plutôt oui
	155	73	4	1 à 25%	0%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Intéressé	Indisponible	Oui
	160	35	4	1 à 25%	0%	Pellets	Intéressé	Intéressé	Intéressé	Peu disponible	Sans avis
	180	40	4	100%	0%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	180	50	3.5	0%	100%	Pellets	Intéressé	Peu intéressé	Peu intéressé	Sans avis	Plutôt oui
200	40	4	100%	0%	Pellets, Cônes	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui	
200	50	3	76 à 99%	100%	Cônes	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Sans avis	Oui	
250	40	4	100%	100%	Pellets, Cônes	Intéressé	Pas intéressé	Intéressé	Indisponible	Plutôt oui	
280	60	7	0%	0%	Pellets	Intéressé	Très intéressé	Peu intéressé	Peu disponible	Plutôt oui	
Microbrasseries	300	200	8	100%	0%	Pellets, Cônes	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Oui
	300	180	8	100%	0%	Pellets	Intéressé	Intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	350	60	6	100%	Importante	Pellets	Intéressé	Intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	400	60	9.5	100%	Faible	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Oui
	400	80	8	100%	0%	Pellets	Intéressé	Peu intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	550	350	15	0%	Faible	Pellets, Cônes	Peu intéressé	Peu intéressé	Peu intéressé	Sans avis	Sans avis
	550	180	14	0%	0%	Pellets	Très intéressé	Intéressé	Peu intéressé	Indisponible	Plutôt oui
	600	600	20	100%	Faible	Pellets	Intéressé	Intéressé	Très intéressé	Sans avis	Plutôt oui
	600	150	18	100%	Importante	Pellets, Cônes	Intéressé	Intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Oui
	600	100	20	100%	Importante	Pellets	Intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Plutôt oui
700	100	16	0%	Faible	Pellets	Très intéressé	Intéressé	Peu intéressé	Peu disponible	Plutôt non	
800	80	16	100%	0%	Pellets	Intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Plutôt oui	
Brasseries artisanales	1000	650	25	100%	0%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Oui
	1500	400	30	1 à 25%	0%	Pellets	Très intéressé	Intéressé	Peu intéressé	Indisponible	Plutôt non
	1500	800	40	26 à 50%	0%	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	1600	250	40	100%	Faible	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Indisponible	Oui
	4000	1300	110	100%	Faible	Pellets	Très intéressé	Très intéressé	Très intéressé	Peu disponible	Oui

Prix achat houblon biologique français	Variétés de malt utilisées et dans quelles proportions (0% - 1 à 20% - 21 à 40% - 41 à 60% - 61 à 80% - 81 à 100%)													
	Pilsner	Pale	Vienna	Munich	Acidulé	Caramel	Torréfié 900 EBC	Torréfié 1300 EBC	Biscuit	Melanoid	Blé	Seigle	Avoine	Autre
Plus de 40€	81-100%	0%	21- 40%	21- 40%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	41 - 60%	1- 20%	1- 20%	1- 20%
Plus de 40€	81-100%	0%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%
De 20 à 25€	21- 40%	81-100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
De 36 à 40€	61 - 80%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%
De 26 à 30€	41 - 60%	41 - 60%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 26 à 30€	41 - 60%	21- 40%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 31 à 35€	61 - 80%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%
De 36 à 40€	61 - 80%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%
Plus de 40€	81-100%	0%	41 - 60%	21- 40%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	41 - 60%	21- 40%	21- 40%	81-100%
Je n'en veux pas	61 - 80%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%
De 20 à 25€	0%	61 - 80%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
De 26 à 30€	21- 40%	41 - 60%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 36 à 40€	61 - 80%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%
De 31 à 35€	41 - 60%	21- 40%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 36 à 40€	61 - 80%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%
Moins de 20€	61 - 80%	0%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	2000%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%
De 26 à 30€	41 - 60%	21- 40%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
Je n'en veux pas	61 - 80%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%
Moins de 20€	61 - 80%	0%	1- 20%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	21- 40%	1- 20%	1- 20%	1- 20%
De 31 à 35€	41 - 60%	21- 40%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 26 à 30€	41 - 60%	21- 40%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 31 à 35€	41 - 60%	21- 40%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 26 à 30€	1- 20%	41 - 60%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 20 à 25€	0%	61 - 80%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 31 à 35€	41 - 60%	21- 40%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 20 à 25€	0%	61 - 80%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
De 36 à 40€	61 - 80%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%
De 20 à 25€	0%	81-100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
De 26 à 30€	21- 40%	41 - 60%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 26 à 30€	21- 40%	41 - 60%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 20 à 25€	0%	61 - 80%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 31 à 35€	61 - 80%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 31 à 35€	61 - 80%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%
De 26 à 30€	41 - 60%	41 - 60%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%
De 31 à 35€	61 - 80%	1- 20%	0%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	1- 20%	0%	1- 20%	1- 20%	0%	0%
De 20 à 25€	0%	61 - 80%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
De 20 à 25€	0%	61 - 80%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%	0%	1- 20%	0%	0%	0%



Construction d'une filière locale houblon par BIERA, Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand et Cluster Bio

FICHE
EXPERIENCE

HISTORIQUE

En 2004, l'association des Brasseurs indépendants en Rhône-Alpes (BIERA) a été créée et regroupe désormais une trentaine de brasseurs.

En 2012, BIERA se questionne sur la difficulté d'approvisionnement en houblon et construit un projet de relocalisation de la production de houblon bio en faisant appel à deux structures : Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand et le Cluster bio AuRA.

Sur la base d'un diagnostic des besoins des brasseurs, des réunions d'informations et la mise en place d'expérimentation de formations techniques, ce projet vise à accompagner les producteurs de houblon et à structurer la filière. Un appel d'offres lancé en 2017 a permis la rédaction et la diffusion d'un référentiel technico-économique.

En 2018, cinq producteurs de houblon moteurs dans le projet ont créé l'Association des Planteurs de Houblon d'Auvergne Rhône-Alpes (APHARA).

BIERA : Association fédérant les brasseurs indépendants d'Auvergne-Rhône-Alpes

Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand : Association régionale qui accompagne des projets dans l'innovation et la promotion.

Cluster Bio : Issu de la fusion entre l'association Organics Cluster in Rhône-Alpes et Bioconvergence. Structure accompagnant le développement économique des entreprises certifiées bio

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

La problématique principale abordée par ce projet est d'améliorer l'approvisionnement en houblon bio des brasseurs artisanaux.

« ON NE POURRAIT PAS INCITER LA CULTURE DU HOUBLON SANS S'ASSURER DE LA DEMANDE DES BRASSEURS. LE PROJET EST NE DE LEUR BESOIN, ILS SONT MOTEURS. » *Lucie Mestrallet, Cluster Bio*

Sur l'initiative des brasseurs, Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand et le Cluster Bio ont mené cette action en tant que prestataire pour BIERA et ont eu un rôle d'animateur du projet en prenant en charge la gestion, la construction de l'appel d'offres, la promotion de cette action et les demandes de subventions.

L'animation du projet a pour objectif d'identifier et de mettre en réseau les producteurs de houblons, de créer du lien entre brasseurs et houblonniers, et de participer à la montée en compétences des producteurs ou porteurs de projets.

MISE EN ŒUVRE

La structuration d'une filière de production de houblon en région Auvergne-Rhône a consisté à mener plusieurs actions :

- ✓ Enquête auprès des brasseurs sur leur utilisation du houblon
- ✓ Réunions d'informations avec les agriculteurs et néo-houblonniers
- ✓ Expérimentation de plantation de houblon
- ✓ Formations techniques sur la culture du houblon bio et visites de terrain
- ✓ Rédaction d'un référentiel technico-économique de la culture du houblon bio



Projet financé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe Investit dans les zones rurales

Structuration de la filière

Selon l'enquête auprès des brasseurs, il y aurait un besoin d'une surface de 13 ha de houblon.

Afin de réunir et diffuser les informations sur la culture du houblon, un **référentiel technico-économique paru en 2018** a été rédigé par les associations ADABio, Agribiodrôme, Houblons de France et ITAB qui ont répondu à un appel d'offre de BIERA.

Un groupe d'échanges a été mis en place afin de maintenir le lien entre les participants et constituer un réseau d'appui technique qui compte une centaine de contacts. Par ailleurs, **un groupe de cinq producteurs de houblon a alors formé une association (l'APHARA)**. Ils produisent actuellement sur 4 ha dans les départements de la Drôme, l'Ardèche et l'Isère.

Ce regroupement a permis de **fédérer les producteurs, de faciliter les échanges et d'envisager la mutualisation de certains investissements** (outils de conditionnement, chambre froide et trieuse).

Contractualisation et débouchés

Afin de pouvoir commercialiser le houblon, celui-ci doit faire l'objet d'une certification. Pour relocaliser également cette étape de la filière, un protocole a été proposé à FranceAgriMer pour que **l'APHARA devienne centre de certification du houblon en Auvergne-Rhône-Alpes**.

Une rencontre entre brasseurs et producteurs sur le thème de la contractualisation a eu pour objectif d'évoquer les modalités permettant **d'assurer les débouchés de chacun**.

Suites du projet

Afin d'analyser les premières récoltes et **identifier l'effet terroir sur le houblon** et sur la bière, des analyses sensorielles vont être menées sur les brassins. En 2020, des visites des houblonnières en place dans la Drôme seront organisés deux fois par an. A l'avenir, BIERA et le Cluster Bio ont pour volonté de travailler sur la promotion de la bière artisanale

bio, la mise en place des formations à destination des brasseurs (réglementation, HACCP, commercialisation...) l'analyse des récoltes de houblon et la mécanisation des houblonnières.

PARTENAIRES

BIERA – Auvergne-Rhône-Alpes – Cluster Bio – ADABio – Agribiodrôme – Houblons de France – APHARA

MOYENS UTILISES

Le projet est porté par BIERA qui a bénéficié de l'accompagnement du Cluster Bio en tant que prestataire. Il a été financé par la Région Auvergne Rhône-Alpes et la fondation Alpes Contrôles. La part d'autofinancement est issue d'une cotisation des brasseurs à l'association BIERA. Pour la suite des actions, un projet a été déposé au titre du DINAI de la DRAAF : Dispositif National d'Aide à l'Investissement Immatériel pour les entreprises agroalimentaires - actions collectives.

RETOUR D'EXPERIENCE

Le maintien de la dynamique de groupe et la mise en œuvre des actions nécessitent une animation dédiée. En effet, si la volonté des brasseurs ne manquait pas, la coordination du projet par le Cluster Bio pour le compte de BIERA a été essentielle pour mener à bien les actions et obtenir des financements.

« IL EST IMPORTANT DE RAISONNER SUR LE LONG TERME, DE SAVOIR JUSQU'OU LES BRASSEURS ET LES PRODUCTEURS VEULENT ALLER ET AINSI CONSTRUIRE UN PLAN D'ACTION ADEQUAT. » *Lucie Mestrallet*

Pour plus d'information

Bastien Boissonnier

bboissonnier@cluster-bio.com

Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes

Fiche rédigée dans le cadre d'un état des lieux de la filière brassicole en Occitanie – novembre 2019
filiere@civam-occitanie.fr – animation@gal-estaudois.fr



Culture de houblon en climat méditerranéen : expérimentation et évaluation participative et multi-sites par Bière de Provence

FICHE
EXPERIENCE

HISTORIQUE

Au démarrage, en 2012, l'association Bière de Provence est fondée par un collectif de brasseurs pour l'organisation d'événements dédiés à la bière artisanale.

A partir de 2016, les brasseurs décident de se donner les moyens d'engager d'autres actions. La mise en place d'une cotisation de la part des brasseurs, permet d'embaucher une salariée afin de représenter l'association auprès des institutionnels, de participer à d'avantage d'événements et de développer des projets de mutualisation.

En 2018, l'association démarre un projet financé par des fonds européens (FEADER) pour une durée de trois ans, afin de travailler sur l'expérimentation et l'évaluation de variétés de houblon adaptées aux conditions climatiques de la région.

En 2019 une « **Charte du brasseur de Provence** » est actée pour définir les valeurs communes des brasseries adhérentes.

Bière de Provence est une association régionale des professionnels de la filière brassicole en PACA.

Son objectif est de faire la promotion de la bière artisanale sur le territoire et de soutenir l'émergence d'une filière brassicole régionale respectueuse des Hommes et de l'environnement.

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

L'objectif du projet mené par Bière de Provence est de mener des projets collectifs pour accompagner les brasseurs artisanaux de la région, notamment sur l'enjeu de l'approvisionnement en houblon local.

Pour arriver à cet objectif, une salariée est en charge de l'animation de l'association, de la gestion administrative et financière du projet et de la mise en place de rencontres à différentes échelles de la filière.

Le fonctionnement de l'association est également assuré par les brasseurs eux-mêmes via des actions bénévoles et des échanges entre eux.

Actuellement, l'association Bière de Provence compte 19 brasseurs adhérents et est en lien avec une quarantaine d'autres brasseries, sept porteurs de projet de houblonnières, plusieurs cavistes et des producteurs d'orge.

DESCRIPTION DU PROJET

L'association Bière de Provence s'engage sur différentes missions :

- Faire la promotion des microbrasseries et brasseries artisanales
- Être transparent vis-à-vis des consommateurs sur les enjeux de fabrication de bière artisanale et locale
- Favoriser la création d'emplois locaux durables et de qualités
- Soutenir l'émergence de la filière agricole pour répondre aux besoins des brasseurs
- Promouvoir le lien social interterritorial



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

La promotion de la bière artisanale

Pour présenter et représenter le marché des bières artisanales, l'association organise des journées de conférence, se déplace sur de nombreux événements, et organise en particulier un festival chaque année : la **Provence Bière Connexion** à Marseille qui se déroule sur plusieurs jours et qui permet ainsi de faire valoir le métier d'artisans brasseurs auprès du grand public au travers de dégustation, conférences et ateliers.

L'expérimentation de la culture en condition méditerranéenne

Ce projet a démarré en 2018 avec une première session **d'expérimentation de culture de houblon** chez des particuliers et des porteurs de projet sur 6 parcelles. Ces expérimentations ont pour finalité la création d'un référentiel technico-économique et d'un état des lieux des **variétés adaptées au climat méditerranéen** et leurs conditions de culture. Il permettra d'accompagner l'installation des futurs houblonniers en région PACA.

Des essais variétaux sont réalisés dans le lycée agricole Valabre et chez 7 agriculteurs bénévoles, pour **10 à 15 variétés**. L'appui technique est assuré par deux instituts : AgriBio 04 et le Groupe de Recherche en Agriculture Biologique.

Un accompagnement technique destiné aux producteurs a été organisé sous forme de **formation sur 4 journées par an auprès des futurs houblonniers par Lupulina**, producteur de houblon en Catalogne dans un contexte climatique similaire.

La récolte et la commercialisation

La première récolte a eu lieu en 2019 mais les volumes produits n'ont pas permis la commercialisation. Bière de Provence a pris contact avec FranceAgriMer pour la **certification du houblon**. Des analyses sur cette première récolte vont être effectuées avec **des brassins tests** dans deux brasseries de l'association.

|| PARTENAIRES

Fédération Bio de Provence - Université d'Avignon - AgriBio 04 - Région Sud PACA - Groupe de Recherche en Agriculture Biologique - Lupulina - UE - Conseil départemental des Bouches-du-Rhône

|| MOYENS UTILISES

Le travail de coordination assuré par la salariée de Bière de Provence est issu pour une partie d'une cotisation des brasseurs à l'association. Le reste provient des financements du projet par le FEADER. Les brasseurs sont accompagnés par ailleurs individuellement par les Chambres des Métiers et de l'Artisanat.

|| RETOUR D'EXPERIENCE

L'implication des brasseurs et des producteurs dans le projet a grandement aidé à sa progression. Ils ont l'envie de nombreux projets mais sont freinés par le manque de temps et de moyens.

« DEPUIS LE DEBUT IL Y A ENORMEMENT DE MUTUALISATION DE SAVOIR-FAIRE ET DE LIENS INFORMELS QUI EXISTENT ENTRE LES BRASSEURS, C'EST CE QUI FAIT LA RICHESSE DE L'ASSOCIATION » *Laura Guitot*

La présence du salarié reste indispensable pour maintenir l'énergie collective du groupe et assurer le bon déroulement des actions via la recherche de partenaires et de financements.

Contact

Laura Guitot

labieredeprovence@gmail.com

Animatrice Bière de Provence



Fiche rédigée dans le cadre d'un état des lieux de la filière brassicole en Occitanie – novembre 2019
filiere@civam-occitanie.fr – animation@gal-estaudois.fr



La filière houblon de terroir en Nouvelle-Aquitaine portée par HOPEN

FICHE EXPERIENCE

HISTORIQUE

Fanny Madrid et Lucie Le Bouteiller, fondatrices de l'entreprise HOPEN Terre de Houblon, sont deux ingénieures agronomes qui se sont lancées le défi de construire une filière houblon en France.

Contrairement à d'autres initiatives sur la filière brassicole, le projet HOPEN ne provient pas d'une demande des brasseurs mais d'un diagnostic agricole et d'une volonté d'apporter une culture de diversification aux agriculteurs. L'essor du marché des bières artisanales et des besoins en houblon aromatique ont permis de proposer la culture du houblon comme réponse à ce besoin de diversification.

Elles ont alors réalisé une étude de marché pour concevoir la future filière houblon et les enjeux des brasseurs et agriculteurs. Une analyse du terroir a également été réalisée afin de sélectionner les variétés à planter, leurs conditions de culture, leur prix de vente, la demande du marché etc. Cette analyse de terroir et un travail de construction d'un projet multi-partenarial ont permis d'aboutir à une stratégie de développement de la filière et à l'élaboration du projet de filière « Houblon de terroir », retenu pour un financement FEADER sur trois ans à l'appel à projets Partenariat européen à l'innovation (PEI) en 2018.

L'entreprise HOPEN a pour mission d'apporter une production de diversification à haute valeur ajoutée aux agriculteurs. Cette filière houblon répond à un besoin de juste rémunération des producteurs et à un approvisionnement local en houblon français de qualité.

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

Le projet « Houblon de terroir » a pour objectif d'expérimenter des variétés de houblon. Il est mené par un consortium de partenaires :

- HOPEN assure le conseil agronomique, la transformation et la commercialisation des récoltes auprès des artisans brasseurs via le site e-commerce www.hopenhoublon.fr,
- AgroCampus 47 héberge une parcelle expérimentale de 1ha de houblon au lycée agricole de Sainte-Livrade-sur-Lot,
- Un pépiniériste lot et garonnais assure la multiplication des plants de houblon,
- La Chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne assure le suivi technique,
- La fédération des Cuma pour l'adaptation et la mutualisation de matériel agricole,
- Bordeaux SciencesAgro assure le suivi scientifique,
- AgroBio 47 intervient dans l'élaboration des techniques culturales BIO,
- Agropole, pépinière agroalimentaire qui travaille sur la qualité et le séchage,
- Agrinove promeut l'innovation et héberge l'atelier de transformation de HOPEN,
- Houblons de France représente et assure la diffusion auprès des houblonniers,
- Le SNBI assure le lien avec les brasseurs.

« LES AGRICULTEURS ONT BESOIN DE VOIR DE LEUR PROPRE YEUX LE FONCTIONNEMENT D'UNE HOUBLONNIERE » *Fanny Madrid*

Parallèlement à cette activité, HOPEN effectue également de la R&D sur les possibilités de mutualisation, l'adaptation de matériel agricole d'autres filières pour le séchage du houblon, réalise des essais sur la conservation du houblon et propose une activité de conseil agricole et de formation technique.















Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

DESCRIPTION DU PROJET

HOPEN intervient sur la partie amont de la filière sur la relocalisation de la culture de houblon en Nouvelle-Aquitaine et sur la partie aval en transformant et commercialisant les récoltes.

La recherche de producteurs

Les fondatrices de HOPEN priorisent les agriculteurs ou arboriculteurs ayant déjà une expérience agricole et une activité complémentaire, mais rencontre beaucoup de néoruraux qui représentent la majorité des porteurs de projet. Un travail de communication a dû être effectué pour faire connaître le projet HOPEN et la culture du houblon auprès des agriculteurs. Les critères de sélection des projets sont d'assurer la viabilité du projet et la qualité du houblon. En 2019, deux néoruraux se sont installés et cinq agriculteurs vont mettre en place des houblonnières de 1 à 2 hectares.

La production

Des formations ainsi qu'un accompagnement technique agricole sont dispensés aux houblonniers, en lien avec les partenaires. Parmi les 40 variétés de houblon étudiées lors de l'analyse du terroir, 15 ont été retenues pour être testées sur la parcelle du lycée agricole. Sur cette parcelle, 80% de la surface est occupée par 3 variétés ; Cascade, Chinook, Nugget. HOPEN propose un service de distribution des récoltes car si un brasseur utilise souvent une trentaine de variétés différentes, il est difficile pour un houblonnier de produire plus de 4 à 5 variétés.

La récolte et commercialisation

La récolte 2019 a été de 300 kg sur la parcelle expérimentale de 1 ha.

Pour répondre à la demande des brasseurs, HOPEN a acheté une presse à pellet. Cet outil, utilisé seulement sur une courte période de l'année, pourrait être mutualisé avec d'autres filières (scierie, luzerne...).

La commercialisation a été effectuée via la plateforme de e-commerce de HOPEN.

PARTENAIRES

HOPEN Terre de houblon – Agrocampus 47 – Chambre d'agriculture de Lot-et-Garonne – Bordeaux Sciences Agro – Pépinière (47) - La fédération des CUMA – Le Syndicat national des brasseurs indépendants – Houblons de France – Agrinove – Agropole - Agrobio

MOYENS UTILISES

A ce jour la filière « Houblon de terroir » est financée par des fonds européens attribués dans le cadre de l'appel à projet PEI de la région Nouvelle-Aquitaine pour 3 ans.

Les entrées financières de HOPEN proviennent de différents concours (Agrinove, Pépité, ...), de fonds propres, de la vente de prestation de services aux houblonniers (conseil agricole, vente de plants, pelletisation) et d'une rémunération de 20% sur les ventes effectuées par l'entreprise.

RESULTATS ET RETOUR D'EXPERIENCE

L'objectif de cette entreprise est de mettre en place une filière houblon et devenir une référence au niveau national et international.

Au-delà des différentes thématiques techniques que propose HOPEN, le besoin de fédérer les acteurs est très présent. Il est difficile pour une entreprise spécialisée tel que HOPEN de consacrer 80% du temps à de l'animation, et avec un retour sur investissement sur le long terme.

Pour plus d'information

www.hopenhoublon.fr

Fanny Madrid & Lucie LE BOUTELLIER

fanny@hopenhoublon.fr

lucie@hopenhoublon.fr

HOPEN
TERRE DE HOUBLON



De l'orge à la bière, filière bio et locale

Association De la Terre à la Bière (Bretagne)

FICHE
EXPERIENCE

HISTORIQUE

La filière brassicole en Bretagne a pris son essor vers 2010 et compte aujourd'hui plus d'une centaine de micro-brasseries, ou brasseries artisanales dont plusieurs de taille importante (Coreff, Lancelot, Britt...).

Issue d'une part de la volonté des brasseurs bretons de s'approvisionner en orge local et d'autre part des agriculteurs biologiques locaux souhaitant diversifier leur assolement, l'association De la Terre à la Bière voit le jour en 2006.

La création et l'animation de la filière d'orge brassicole biologique a été confiée à la **Fédération Régionale des Agrobiologistes de Bretagne (FRAB)** qui consacre environ 20 jours par an pour l'association De la Terre à la Bière.

L'association est composée de trois collèges : **producteurs, collecteurs, brasseurs** et s'est dotée d'une **charte de production**. Une assemblée générale rassemble annuellement tous les adhérents et des réunions téléphoniques ont lieu à différentes périodes de l'année entre les représentants des collèges afin d'échanger sur la production, le maltage et les commandes.

L'association **De la Terre à la Bière** défend une filière d'orge brassicole 100% bio, locale et équitable.

En 2019, près de 70 producteurs d'orge brassicole en agriculture biologique, deux collecteurs de céréales et une vingtaine de brasseurs y sont adhérents.

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

Les surfaces régionales d'orge brassicole biologique sont passées de 100 ha en 2012 à **plus de 700 ha en 2019 pour un volume annuel de 2000 tonnes**.

Ce volume est désormais suffisant pour permettre la relocalisation du processus de maltage. Une malterie privée 100% bio d'une capacité de production de 1000 tonnes a ouvert ses portes en 2018 et une seconde, sur un modèle de coopérative (SCIC) avec une capacité de 2000 tonnes a vu le jour en 2019.

L'animation par la FRAB permet de **coordonner et de fluidifier les échanges** entre les différents acteurs mais également d'apporter un regard extérieur neutre sur la filière.

DESCRIPTION DU PROJET

La production d'orge bio breton

Dans l'agriculture biologique, la pratique des **rotations de cultures favorise la diversification vers l'orge de brasserie**. En 2019, 70 producteurs s'étaient engagés dans la filière, pour 700ha d'orge cultivés. Les producteurs annoncent leurs prévisionnels de cultures sur trois ans.

Les parties prenantes se mettent d'accord sur la variété d'orge utilisée pour garantir une bonne homogénéité, conservation et qualité de germination des lots. **Chaque producteur ne produit qu'une variété**. Les producteurs peuvent réutiliser leur semence fermière dans la limite de 50% et pour deux ans au maximum.















Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

De l'orge au malt

Une fois récoltée, l'orge est achetée et stockée par **deux collecteurs de céréales spécialisés dans l'agriculture biologique** et adhérents de l'association De la Terre à la Bière. En termes de qualité, l'orge doit avoir un taux de protéine inférieur à 11%, une capacité germinative à 5 jours supérieure à 95 %, et une humidité la plus limitée possible.

L'envoi des lots dans les malteries partenaires est priorisé en fonction des qualités des grains et de leurs capacités de stockage. Le malt produit est du Pilsen, et des malts spéciaux commencent à être produits par les nouvelles malteries.

Une **charte de maltage** est en cours pour améliorer la traçabilité et pour définir les rôles et responsabilités de chacun.

Jusqu'au produit final, la bière

Un calendrier de maltage est défini pour répondre aux demandes des brasseurs.

Les brasseurs sont de plus en plus nombreux à vouloir commander du malt bio local. **Afin d'assurer la qualité des malts produits, l'association a fait le choix d'augmenter les volumes produits de manière progressive**, et la production est actuellement déficitaire par rapport à la demande des brasseries.

« LE MARCHÉ ÉVOLUE VITE, NOUS PRÉFÉRONS PRENDRE NOTRE TEMPS, TRAVAILLER AVEC DES PRODUCTEURS QUE NOUS CONNAISSONS BIEN ET ASSURER UN RESULTAT QUALITATIF » *Goulven Maréchal*

PARTENAIRES

De la Terre à la Bière – Groupements d'Agriculteurs Biologiques (GAB) - Fédération Régionale des Agrobiologistes de Bretagne (FRAB) – Conseil Départemental d'Ille-et-Vilaine – Région Bretagne

MOYENS UTILISES

De la Terre à la Bière est une association, elle fait appel à la FRAB en prestation pour l'animation de ses projets. L'adhésion de 20€ par an permet la prise en charge d'analyses, l'envoi d'échantillons et l'autofinancement de la structure. Elle bénéficie également d'aides publiques apportées notamment par le Département d'Ille-et-Vilaine dans le cadre de l'appel à projet « Agriculture Durable et citoyenne ».

RESULTATS ET RETOUR D'EXPERIENCE

La création d'une filière d'approvisionnement d'orge brassicole durable 100% locale est sur le point d'aboutir avec l'installation de deux malteries en Bretagne. **L'essor des brasseries et l'augmentation de la demande a permis d'inciter des producteurs à produire de l'orge brassicole biologique**. A l'avenir, l'association aimerait travailler sur le développement de l'approvisionnement en houblon bio local.

« C'EST UN PROJET DURABLE QUI PERMET DE MAINTENIR UNE UNITE AU TRAVERS DES ACTIONS DE L'ASSOCIATION. [...] L'IDEE DE LA FILIERE C'EST DE RASSEMBLER TOUT LE MONDE SUR UN PROJET CONCRET » *Goulven Maréchal*

La mise en place de ce projet opérationnel répondant à des enjeux collectifs a permis de **réunir tous les acteurs sur une thématique commune** au-delà de la concurrence ou des divergences.

Contact

Goulven Maréchal, chargé de mission
filières végétales à la FRAB
Association De la Terre à la Bière
<http://delaterrealabiere.bzh>





La bière issue d'orge bio locale par Interbio Franche-Comté

FICHE
EXPERIENCE

HISTORIQUE

Le projet naît de la volonté des brasseurs franc-comtois de relocaliser leur approvisionnement et de travailler en circuits-courts. Trois brasseurs sont moteurs du projet au sein d'un collectif organisé.

En 2017, sur l'impulsion d'Interbio, du GAB et de la chambre d'agriculture de la Haute-Saône, huit agriculteurs se lancent dans la culture d'orge brassicole bio (orge d'hiver) sur 70 ha. 160 tonnes d'orge sont récoltées et maltées en Belgique (malterie du Château) avant d'être livrées sous forme de malt aux brasseurs. En 2018 la récolte d'orge s'élève à 360 tonnes et Interbio prospecte de nouveaux brasseurs.

Interbio Franche-Comté est une structure fédérant l'ensemble des opérateurs engagés dans le développement des filières bio régionales, ses missions sont :

- ✓ Promouvoir et communiquer auprès du grand public et professionnels, représenter la filière bio
- ✓ Développer et organiser les filières de production et de transformation
- ✓ Accompagner l'introduction du bio en restauration collective
- ✓ Favoriser le passage à la bio sur les périmètres de protection des captages d'eau potable

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

L'objectif est de structurer la filière au travers de la mise en place d'une production locale d'orge bio pour répondre aux besoins en malt d'orge des brasseurs artisanaux de Franche-Comté.

Au sein du projet, Interbio coordonne la **création d'une filière d'orge bio et locale** en assurant le suivi et la coordination grâce à la mise en relation des acteurs de **l'amont à l'aval**.

DESCRIPTION DU PROJET

Les différentes étapes et rôles des partenaires

Production d'orge brassicole bio

10 agriculteurs de Haute-Saône et du Jura produisent les variétés d'orge brassicole souhaitées par les brasseurs avec l'appui technique du GAB 70.

Interbio et la chambre d'agriculture accompagnent les producteurs pour mener des expérimentations variétales. Quatre variétés sont testées : Etincel, Borealis, Chrono, Salamandre.

Stockage et conditionnement de l'orge

Le GIE des céréales Bio Comtois assure les transactions financières avec la malterie : il achète l'orge aux producteurs, organise le stockage dans trois sites de stockage collectifs, fait réaliser les analyses et revend l'orge maltable à la malterie. Ce sont les producteurs qui assument le coût du stockage.



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

Transport et maltage

Interbio organise le transport vers la malterie du Château en Belgique par voie fluviale. Le batch minimal est de 82 Tonnes. La malterie fait un maltage à façon dans le cadre d'une convention de maltage avec le GIE Bio Comtois.

« LA MUTUALISATION DES FRAIS DE TRANSPORT PERMET DE COMPENSER LE SURCOUT PAR RAPPORT A L'ACHAT INDIVIDUEL DE MALT BIO PAR LES BRASSEURS » *Sarah Ferrier*

Commandes et livraison du malt aux brasseurs

Le malt d'orge est livré par camion aux brasseurs. Le GIE assure également l'interface financier en prenant en charge l'achat du malt et la livraison et en refacturant aux brasseurs au prorata de leur commande.

40 brasseurs participent au projet et commandent entre 1 tonne et 20 tonnes de malt par an.

Interbio gère les commandes des brasseurs, s'assure d'équilibrer l'offre et la demande et est responsable de l'envoi et la réception de l'orge puis du malt.

Les brasseries bio intégrées dans le projet ont la possibilité d'être référencées dans l'annuaire d'Interbio

Chaque année, une bière commune « La Commune » est réalisée avec depuis 2 ans une orge bio et locale.

PARTENAIRES

10 Producteurs d'orge – GIE Bio Comtois –
Chambre d'agriculture – GAB Haute-Saône -
Malterie du château (Belgique) – 40 Brasseurs

MOYENS UTILISES

Ce projet est financé par les brasseurs et les producteurs. Ils apportent une participation au travail d'Interbio et du GIE Bio Comtois.

RESULTATS ET RETOUR D'EXPERIENCE

Les difficultés résident dans la variabilité des récoltes d'orge d'une année sur l'autre : dans le cas d'une bonne récolte, il est nécessaire de prospecter de nouveaux brasseurs pour la commande de malt d'orge bio et local, mais dans le cas contraire il n'est pas possible de garantir les quantités suffisantes pour honorer les commandes.

« LORS DE MAUVAISE RECOLTE, IL EST DIFFICILE DE REVOIR A LA BAISSÉ LES COMMANDES, MEME SI LES BRASSEURS COMPRENNENT »
Sarah Ferrier

Par ailleurs, une seule commande est faite dans l'année, ce qui contraint les brasseries à prévoir les capacités de trésorerie et de stockage du malt nécessaires.

La réussite du projet réside dans l'implication et la motivation des brasseurs et des producteurs, ainsi que la mise en place d'une charte de fonctionnement pour établir des règles et garantir la transparence à tous les niveaux de la filière.

Pour plus d'information

Sarah FERRIER

Chargée de mission filières longues

Interbio Franche-Comté

Sarah.ferrier@agribiofranchecomte.fr



Coordination de l'accompagnement de la filière brassicole dans le Massif central par Macéo et l'APAMAC

FICHE
EXPERIENCE

HISTORIQUE

En 2016, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMA) de Haute-Vienne amorce une collecte des besoins des brasseurs artisanaux et **organise des réunions collectives** pour identifier les freins et besoins des artisans brasseurs et ainsi proposer des pistes de structuration.

En 2017, l'APAMAC (Association pour la Promotion de l'Artisanat du Massif Central) en collaboration avec l'association Macéo élargit le projet à plusieurs territoires dans le cadre d'un contrat Massif central avec le CGET. Aujourd'hui, six CMA sont partenaires du projet : Ardèche, Haute-Vienne, Lozère, Puy-de-Dôme, Gard, Loire. Une 7^{ème} CMA, le Lot, est intéressée.

Macéo est une association qui accompagne le Massif central dans son développement territorial durable au travers de plusieurs thématiques :

- ✓ Economie circulaire
- ✓ Appui au développement de filières
- ✓ Tourisme durable
- ✓ Maintien et développement de service de proximité
- ✓ Transition énergétique
- ✓ Télétravail & Tiers lieux

OBJECTIFS

Soutenir le développement d'une filière de production de bières artisanales, locales et de qualité, créatrice d'activités et d'emplois sur le territoire, **au travers d'actions collectives** mobilisant les acteurs de l'amont à l'aval de la chaîne de valeur.

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

Au sein du projet, Macéo a un rôle de **coordinateur** afin d'organiser les rencontres entre les CMA, favoriser le partage d'expériences, rechercher des financements et superviser les actions transversales à la filière. Les CMA quant à elles ont un rôle **d'animateur local du projet**. Les actions qui sont locales et sur le court terme sont portées par chaque CMA alors que les actions communes sont expérimentées par une ou deux CMA qui partagent ensuite son retour d'expérience. Cette organisation permet à la fois de **ne pas perdre de vue les principaux enjeux** des acteurs via les rencontres et échanges mais également d'avancer de manière efficiente.

DESCRIPTION DU PROJET

L'accompagnement des brasseries artisanales s'effectue sur plusieurs problématiques :

Mutualisation

La mutualisation et la coopération permet aux brasseurs d'avoir accès à du matériel ou des matières premières et de trouver des solutions collectives. Néanmoins, la mutualisation des commandes est difficile car chaque brasseur a des achats spécifiques et il est nécessaire **d'organiser la logistique, la synchronisation des achats, ainsi que le stockage**. Deux territoires expérimentaux testent la mise en place d'actions collectives.

Approvisionnement en matières premières locales

Cette thématique est un enjeu fort pour les brasseurs artisanaux. Macéo a sollicité les chambres d'agriculture et associations bio pour développer des actions.



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

Des échanges entre l'amont et l'aval de la filière ont été organisés dans le cadre de Rencontres de la filière brassicole du Massif central

Accès à la formation

Sur cet enjeu, chaque CMA travaille sur une formation particulière afin d'avoir différents modules de formations échangeables : obligations réglementaires, maîtrise de la qualité, hygiène, ... La CMA Haute-Vienne travaille actuellement sur une expérimentation de **CAP brasseur**.

Les formations permettent d'accompagner les créations de microbrasseries ou brasseries artisanales et de contribuer à leur pérennité.

Communication et commercialisation

Même si l'écoulement de la production des brasseurs n'est pas encore un problème au vu de la demande, face à une **concurrence croissante** et un **risque de saturation** du marché, développer ce volet devient nécessaire. Les CMA organisent ou accompagnent les brasseurs pour des événements locaux de promotion des bières artisanales auprès du grand public.

Sur la question de la labellisation, elles travaillent sur les critères des marques existantes, par exemple la marque Valeurs Parc des Parc Naturel Régionaux ou la marque territoriale « De Lozère »

« ON COMMENCE A ATTEINDRE UN SEUIL DANS L'ESSOR DU NOMBRE DE BRASSERIES, COMMENT GARANTIR LEUR PERENNITE ? » *Véronique GUIRAUD*

Organisation et animation

Pour qu'une filière brassicole se mette en place et se maintienne, il faut mobiliser des moyens humains et financiers pour **accompagner la filière et l'organisation des brasseurs** entre eux.

Economie circulaire

Une action expérimentale est mise en place sur le lavage et le réemploi des bouteilles en Puy-de-Dôme. Néanmoins, ce type de projets de consigne ne s'adresse pas seulement aux brasseurs et doit être envisagé sur d'autres boissons en bouteilles (vins, jus de fruits...) pour atteindre une taille suffisante.

PARTENAIRES

Brasseurs – Chambres de Métiers et de l'Artisanat – Association pour la Promotion de l'Artisanat du Massif Central (APAMAC) -Agriculteurs – CGET – Conseils régionaux Auvergne-Rhône Alpes et Nouvelle-Aquitaine

MOYENS UTILISES

Ce projet est financé depuis 2016 par le commissariat général à l'Égalité des territoires (CGET) dans le cadre des dispositifs Massif central. Ce projet est inscrit dans le contrat d'objectifs de Macéo lui permettant d'assurer la coordination du projet et de co-financer les actions locales des CMA. Une 2^{ème} phase de ce projet, pour le déploiement d'actions plus ambitieuses et structurantes, est en cours de construction. Elle serait portée par l'APAMAC, toujours en lien avec les CMA partenaires du projet.

« POUR QUE SUBSISTE A TERME UNE FILIERE SOLIDE, IL SERA NECESSAIRE DE MAINTENIR L'INTER-TERRITORIALITE ET LE PARTAGE D'EXPERIENCE » *Véronique GUIRAUD*

RESULTATS ET RETOUR D'EXPERIENCE

Dans la structuration d'un projet multisectoriel tel que la filière brassicole, il est important d'avoir une diversité dans les partenaires impliqués afin de pouvoir aborder et répondre à tous les enjeux de la chaîne de valeur.

Faciliter l'**interconnaissance** est une clé de la réussite incontournable pour une filière durable et autonome.

Pour plus d'information

Macéo : www.maceo.live
Véronique GUIRAUD, Chef de projet
v.guiraud@maceo.pro

Avec le soutien



Fiche rédigée dans le cadre d'un état des lieux de la filière brassicole en Occitanie – novembre 2019
filières@civam-occitanie.fr – animation@gal-estaudois.fr

Annexe 20 : Livrables issus du colloque

Livrables	Liens internet
Compte rendu de la journée	https://www.gal-estaudois.fr/projets-de-territoire/fili%C3%A8re-brassicole/compte-rendu/
Retranscription des échanges	https://www.gal-estaudois.fr/projets-de-territoire/fili%C3%A8re-brassicole/conf%C3%A9rences-et-table-ronde/
Vidéos du colloque	https://www.gal-estaudois.fr/projets-de-territoire/fili%C3%A8re-brassicole/vid%C3%A9os/
Site capitalisant les informations du projet brassicole	https://www.gal-estaudois.fr/projets-de-territoire/fili%C3%A8re-brassicole/

agriculture Faire mousser la bière en Occitanie

La FRCivam Occitanie participe à une dynamique collective pour accompagner l'essor des microbrasseries et la relocalisation de la filière brassicole dans la région.

Avec près de 1600 brasseries artisanales en 2019 en France contre 700 en 2015¹, le renouveau de la filière brassicole en France ne passe pas inaperçu. L'Occitanie fait partie des régions les plus dynamiques, avec plus de 200 microbrasseries et brasseries artisanales. Depuis le dernier trimestre 2018, un partenariat s'est formé et enrichi autour de la structuration de la filière brassicole en Occitanie avec la Fédération Régionale des Civam d'Occitanie, le Groupe d'action locale (GAL) de l'Est-Audois, le BioCivam de l'Aude, le SNBI, Houblons de France, Ocebio, l'INRA et Coop de France. C'est dans ce contexte porteur que ces acteurs ont organisé une journée d'échanges le 22 novembre 2019 à Narbonne² afin d'initier cette structuration³. Alice Le Balle, stagiaire ingénieure agronome à la FRCivam, y a dressé l'état des lieux régional de la filière.

BESOIN DE PROXIMITÉ ET D'ANIMATION DES ACTEURS

L'essor du nombre de brasseries s'accompagne de nouveaux défis pour la filière, où 99% des brasseurs sont artisans et un tiers d'entre eux brassent moins de 300 hectolitres par an, le seuil défini par le syndicat Brasseurs de France comme permettant d'assurer la pérennité d'un emploi. Pour se maintenir durablement, faire face à la concurrence des brasseries industrielles, éviter la saturation du marché et mieux prendre en compte l'impact de la filière sur son environnement,

1 - Selon le Syndicat national des brasseurs indépendants (SNBI).

2 - Les présentations et synthèses sont disponibles sur : www.gal-estaudois.fr/filiere-brassicole.

3 - Un projet financé par le Feader, la Région Occitanie, l'agglomération du Grand Narbonne et la fondation Daniel et Nina Carasso.

les brasseurs artisanaux proposent plus de transparence, de qualité et de proximité, et manifestent des besoins accrus en termes de formation, d'accompagnement et de structuration de leur filière.

RELOCALISER L'APPROVISIONNEMENT EN MALT ET EN HOUBLON

Cette volonté de proximité concerne en premier lieu l'approvisionnement en céréales sous forme de malt et en houblon. Pour répondre aux tendances nationales du « manger mieux, bio, local » et se différencier, les brasseurs sont de plus en plus en recherche de productions territoriales. Certains se réapproprient cette étape en devenant « paysan brasseur ». Pour les autres, si la

production d'orge de brasserie en Occitanie permettrait en théorie de couvrir les besoins (12 000 tonnes d'orge produites pour environ 3 500 tonnes nécessaires), la transformation en malt et la production de houblon sont en revanche plus éloignées et délicates à mettre en place. Ces activités nécessitent de forts investissements et leur modèle économique est fragile.

Selon l'association Houblons de France qui représente les néo-houblonniers, les brasseurs connaissent aujourd'hui une pénurie de houblon, tandis que seulement 22% du houblon français est brassé en France. La culture est présente majoritairement dans les régions historiques de l'Alsace (450 ha) et du Nord (40 ha), et se déploie depuis ■■■

HOPEN, UN SUPPORT AU DÉVELOPPEMENT D'UNE FILIÈRE HOUBLON

Si quelques artisans brasseurs utilisent du houblon français, environ 80% des volumes sont importés de l'étranger. C'est notamment ce constat qui a poussé Lucie Le Bouteiller et Fanny Madrid à créer en 2018 une entreprise ayant pour objectif de développer une filière houblon durable, d'abord dans le Lot-et-Garonne et éventuellement au niveau national : Hopen-Terre de houblon. Grâce à plusieurs financements (Europe, Région, cagnotte en ligne) et de nombreux partenariats (Chambre d'agriculture, Coopérative d'utilisation du matériel agricole, pépinières d'entreprises, chercheurs et conseillers techniques...), une ferme laboratoire est créée sur le site du lycée agricole de Saint-Livrade-sur-Lot. Lucie et Fanny cultivent depuis le printemps 2019 un hectare en agriculture biologique avec une quinzaine de variétés différentes. Cette expérimentation a pour vocation de créer des références pour cette culture, inexistantes en agriculture biologique et de tester des pratiques et outils. Hopen propose aussi des prestations de conseil pour la conception de houblonnière ou la transformation du houblon pour le vendre aux brasseurs. Une trentaine d'agriculteurs sont également venus se former pendant quatre jours à l'automne dernier sur cette ferme. La culture de houblon est présentée comme « une solution de diversification pour les producteurs en difficulté » car elle permet de dégager des marges importantes. Cette plante originaire d'Asie de la famille du chanvre préfère les sols profonds et drainants et pousse en lianes sur des ficelles attachées à des câbles ou des poteaux. Vivace, elle atteint sa maturité en trois ans environ mais est sensible aux champignons et sa récolte demande beaucoup de temps. D'après les premières références produites, sa culture en bio nécessiterait un investissement d'environ 80 000 euros pour trois hectares avec un retour sur investissement en cinq à six ans. FB.



Visite sur le domaine de la Grande Courtade à Béziers (34), qui a mis en place une houblonnière sous serre photovoltaïque.

■ ■ ■ quelques années sur le territoire national, avec 30 hectares de plus depuis 2016, essentiellement en agriculture biologique. En Occitanie, 39 hectares seraient nécessaires pour couvrir la demande à condition d'identifier les variétés de houblons adaptées aux conditions locales, de lever les freins du coût d'investissement et de développer l'appui technique. Les volontés de porteurs de projet et le dynamisme de la filière sont toutefois encourageants.

TRAVAILLER EN RÉSEAU

Cette initiative s'inscrit plus largement dans un projet de coopération mené par des GAL d'Occitanie en partenariat avec la FRCivam pour mettre en commun les expériences et structurer un réseau d'échanges interterritorial. La journée d'échanges incluait ainsi la présentation de dynamiques similaires en Nouvelle-Aquitaine, Provence et Franche-Comté. La présence de 150 acteurs professionnels de l'amont à l'aval autour de conférences, table ronde et ateliers thématiques et l'hétéro-

généité des domaines d'expertises de chacun ont grandement participé au succès de cet événement et à la co-construction d'un plan d'action ambitieux.

EXPÉRIMENTATION VARIÉTALE SUR L'ORGE

Celui-ci a de nombreux objectifs : relocaliser les matières premières (expérimentation variétale sur l'orge, création d'un groupe de travail sur le houblon, élaboration de formations), mais aussi développer de façon durable la filière au travers de l'économie circulaire (réflexion sur un réseau de consigne et recyclage des fûts, valorisation des drèches⁴ de brasserie) ou encore différencier les bières artisanales régionales (création de labels ou réflexion sur les cahiers des charges des marques existantes)... Le principal sera de maintenir la dynamique engagée autour de cette filière promise à un bel avenir en Occitanie.

■ ALICE LE BALLE, RAPHAËL LEBEAU (FR CIVAM OCCITANIE) ET CAMILLE GRENTZINGER (GAL DE L'EST-AUDOIS)

4 - Résidus de brassage des céréales

Table des Annexes

Annexe 1 : Fiche technique de la culture de houblon	81
Annexe 2 : Questionnaire réalisé par le SNBI auprès des brasseurs français	83
Annexe 3 : Guide d'entretien pour les brasseurs	84
Annexe 4 : Guide d'entretien pour les houblonniers.....	85
Annexe 5 : Guide d'entretien pour le porteur de projet de houblonnière	86
Annexe 6 : Guide d'entretien pour les malteurs	87
Annexe 7 : Guide d'entretien pour porteur du projet de malterie	88
Annexe 8 : Guide d'entretien pour les collectifs de brasseurs.....	89
Annexe 9 : Guide d'entretien pour Garlonn KERGOURLAY	90
Annexe 10 : Questionnaire à destination des houblonniers	91
Annexe 11 : Guide d'entretien pour le benchmarking	94
Annexe 12 : Invitation officielle à la journée d'échanges sur la filière brassicole	95
Annexe 13 : Extrait des réponses au questionnaire du SNBI.....	97
Annexe 14 : Fiche expérience BIERA.....	99
Annexe 15 : Fiche expérience Bière de Provence	101
Annexe 16 : Fiche expérience HOPEN.....	103
Annexe 17 : Fiche expérience De la Terre à la Bière.....	105
Annexe 18 : Fiche expérience Franche-Comté.....	107
Annexe 19 : Fiche expérience MACEO	109
Annexe 20 : Livrables issus du colloque.....	111
Annexe 21: Revue de presse de Transrural Initiatives sur le projet Brassicole en Occitanie (2020).....	112