



# Révolution de palais

La petite mousse compte de nouveaux adeptes. Des 25-40 ans curieux, connectés et issus de CSP+ entichés de bières artisanales et savoureuses. Grâce à cette nouvelle génération de *Beer Lovers* capable de disserter des heures sur les subtilités d'une trappiste de fermentation haute, émerge une nouvelle façon, élitiste, de consommer les breuvages houblonnés.

Par Catherine Foulsham

**L**es temps changent. L'époque du « peu importe le goût pourvu qu'on ait l'ivresse » est bel et bien révolue. Dans un marché sous pression, où la consommation s'est affaïssée de 30 % en trente ans, de nouveaux consommateurs, assoiffés de diversité et de qualité, apparaissent. Encouragés

par le formidable essor des brasseries artisanales – on en dénombre près de 600 en France – ces *Beer Lovers* recherchent des bières à déguster, riches en goût et fréquentent assidûment les caves qui fleurissent dans tout l'Hexagone. « Aujourd'hui, les gens font attention à ce qu'il y a dans leur verre », témoigne

François Devos, ancien journaliste spécialisé, créateur, il y a quatorze ans, du site [lachopecom.com](http://lachopecom.com).

## Un univers d'initiés

Pour lui, l'arrivée de ces buveurs désireux de goûter à des saveurs en lien avec le terroir et de jouer le jeu de la proxi-





mité, coïncide avec le développement du mouvement locavore et des circuits courts. « Souvent jeunes, ces amateurs sont en quête de produits innovants, très différents des bières industrielles, analyse ce *Beer Lovers* de la première heure. La rareté fait leur bonheur. Ils aiment acheter directement à la brasserie et rencontrer l'artisan pour échanger sur son art. » La nouvelle génération l'a bien compris, n'hésitant pas à accueillir le public au milieu des cuves pour des découvertes d'accords mets locaux-bières et de la vente directe.

Surfant sur cette tendance, Nicolas Lescieux et Olivier Faure ont créé, fin 2013, *L'Échappée Bière* une agence spécialisée dans le tourisme brassicole. Résolus « d'éloigner les bières de l'image bas de gamme qui leur est trop souvent attribuée », ils proposent des visites accompagnées de brasseries et d'abbayes, doublées de dégustations ainsi que des cours de biérogologie pour apprendre à mieux connaître la bière et l'art de la savourer. « Certains de mes clients n'hésitent pas à traverser Paris ou l'Ile-de-France pour dénicher une perle rare. Ils sont également de plus en plus nombreux à choisir leur bar en fonction de la carte des bières », renchérit Simon Thillou, propriétaire de La Cave à Bulles (Paris, IV<sup>e</sup>), véritable temple de la bière artisanale. En proposant des mousses rares et en se démarquant de la grande distribution, les caves connaissent un engouement sans précédent, attirant les amateurs de breuvage houblonné en quête d'expertise et d'échanges. Preuve de l'enthousiasme des buveurs de bière pour les nouvelles saveurs, le



bierebox.fr, par Antoine Vidal, sacré meilleur biérogologue de France 2013 lors du 8<sup>e</sup> concours Heineken.

### Buveurs 2.0

Puristes parmi les puristes, les *Beer Geek*. Ces passionnés, monomaniaques de la bière artisanale, s'organisent pour n'être jamais à court de boisson « intéressante » au point d'apporter leur bouteilles préférées à une soirée histoire de ne pas risquer de boire une mousse industrielle. Une communauté restreinte – « On compte à peine une centaine de Beer Geek à Paris », estime Simon Thillou – d'aficionados de la rareté, capables de philosopher des heures

## En se démarquant de la grande distribution, les caves connaissent un engouement sans précédent.

succès enregistré par mabierebox.com et unepetitemousse.fr. Moyennant 19,90 €/mois, ces sites proposent aux internautes de découvrir chaque mois, une sélection de six bières « artisanales françaises » pour le premier, « haut de gamme » pour le second. Avec, pour combler leur soif de connaissances, des fiches explicatives rédigées, pour ma-

sur les avantages comparés des blondes fortes et des brunes typées. Connectés à l'extrême, leurs dégustations sont photographiées, annotées, et partagées sur les forums, les réseaux à commencer par ratebeer.com, LE site de cotation des bières et des lieux où on peut en boire. « Ils affichent une vraie culture pour les nouveautés et les produits exception-

nels. Et ne rechignent jamais à en faire étalage pour épater leur voisin de bar ! », s'amuse François Devos. Le must dans ce petit milieu, les éditions limitées et les « verticales ». « Un exercice consistant à comparer différents millésimes sur une même bière, comme la Westvleteren 12, une trappiste belge de fermentation haute, quasi introuvable depuis qu'elle a été élue, à plusieurs reprises, meilleure bière au monde par le fameux site ratebeer », explique François Devos.

Cet amour du brassin limité doublé d'un besoin viscéral, chez le *Beer Lover* comme chez le *Beer Geek*, de savoir de quoi il parle, poussent certains à produire leur propre bière. C'est le cas de Pierre-Edmond Kloeckner, *alias* Pek, conducteur de train de 29 ans et *Beer Geek* parisien. Brasseur amateur averti, cofondateur du blog bierealain.fr, il partage sa passion pour la –bonne– boisson maltée en organisant des soirées Beer to Beer. « En partenariat avec une cave parisienne, je propose une dégustation d'une de mes recettes et les clients séduits repartent avec des bouteilles qu'ils m'échangent contre celles de la cave qui nous accueille », expose Pek. Avec ses deux acolytes, il participera également à la première édition de la Paris Beer Week. Ce premier festival de la bière artisanale, imaginé par Romain Lebel, proposera, du 24 mai au 1<sup>er</sup> juin, plus de soixante-dix rendez-vous destinés à fêter cette boisson. « Mon ambition est de fédérer une communauté en proposant une collection d'événements dans différents lieux, donnant à découvrir toutes les facettes de la bière artisanale », détaille ce transfuge du monde du vin qui n'a pas hésité à quitter son emploi pour se consacrer à 100 % à la création et à l'organisation de la Paris Beer Week. Un mouvement d'évangélisation nécessaire, estime Simon Thillou : « Le palais des Français se développe, mais il reste encore du boulot pour expliquer que la bière c'est pas du jus de houblon ou que couleur et amertume n'ont rien à voir. » Certes. Mais si tous les *Beer* enthousiastes se donnent le mot, la progression de la consommation de bières artisanales, encore confidentielle et élitiste, devrait profiter à l'ensemble de la filière. Santé ! ● C.F.