

Association suisse des brasseries (ASB)

Les atouts de la bière suisse

135 ans! C'est l'âge de l'Association suisse des brasseries (ASB), étendard d'une corporation étroitement liée à la vie du pays et à son développement socio-économique. Une branche en équilibre entre recherche de croissance et contraintes légales. L'ASB s'engage sans relâche dans les questions de politique et de formation avec, en cette année commémorative, une attention particulière pour la promotion de l'image de la bière suisse. **Par Markus Geiger**



Photo: m. a. d.

Chaque année, une douzaine de personnes achèvent un apprentissage de brasseurs.

L'association accueille les brasseurs produisant plus de 2000 hectolitres de bière par année. L'ASB cimenter les activités de la branche par la standardisation, la recherche et les échanges d'expérience. La Suisse n'abrite pas moins de 432 brasseries, dont la part du lion revient aux 16 entreprises membres de l'ASB qui couvrent 97 pour cent de la production nationale. Elles ont débité l'an dernier 3,55 millions d'hectolitres sur les 4,63 millions – soit 57,9 litres par habitant – qui ont été consommés dans le pays.

78 812 hectolitres de bière suisse exportés dans 28 pays, 1,08 million d'hectolitres de bière étrangère importés en provenance de 75 pays: «La branche fait face à une forte pression étrangère. La part des bières importées atteignait 13 pour cent en 2000. Elle se situe aujourd'hui à 23 pour cent», souligne Marcel Kreber, un juriste de formation qui dirige l'ASB depuis quatre ans et qui place la promotion de l'image, le lobbying politique, la formation et les statistiques au cœur de son activité.

Une boisson émotionnelle

Alors que le brassage de la bière repose sur une tradition vieille de 6000 ans, l'association suisse, elle, célèbre aujourd'hui ses 135 années d'existence. En 1877, les brasseurs indigènes décidèrent d'unir leurs forces contre le déferlement des importations. Or l'histoire se répète. Mais il n'est aujourd'hui plus possible, comme autrefois, de protéger ses parts de marché en instaurant des droits de douane dissuasifs. La branche a subi de profonds changements au cours d'une période récente. Après la suppression du cartel de la bière, d'importants brasseurs suisses ont été rachetés par de grands groupes étrangers tels Heineken et Carlsberg, ce qui a suscité de fortes réactions régionales de la part des consommateurs.

Cela étant, un aspect positif de cette récente évolution réside dans la sauvegarde d'une production en Suisse même. «La bière est une boisson à fort contenu émotionnel», rappelle Marcel Kreber, à l'exemple du slogan «Think global, drink local». Et la branche pèse son poids socio-économique,

puisqu'elle fournit 28000 emplois directs et indirects et verse chaque année 112 millions de francs d'impôts sur les boissons et plus de 200 millions de TVA.

Les effets de la météo

Les récentes tendances sociétales se traduisent par une baisse de la consommation de boissons alcooliques, la bière en particulier. Certes, la branche fait état pour 2011 d'une croissance en chiffres absolus. Mais cette hausse relative de la demande s'explique bien davantage par celle du nombre d'habitants que par une consommation de bière accrue. De plus en plus de gens boivent de moins en moins de bière. A quoi s'ajoute le fait qu'une part importante des immigrants reste fidèle aux marques de leur pays. Plus de la moitié des bières importées vient d'Allemagne, suivie de la France et du Portugal.

La détérioration de la situation économique et les avantages de change liés à la faiblesse de l'euro déteignent sur le comportement des consommateurs de bière également. Et l'interdiction de fumer dans les lieux publics depuis le 1^{er} mai 2010 n'est pas de nature à améliorer la situation: on va moins souvent au restaurant et l'on boit davantage de bière chez soi. Une part de gastronomie s'efface au profit du commerce de détail. Sans une affinité avec une marque particulière, l'acheteur se laisse davantage guider par des actions promotionnelles. Un autre indice de la progression du commerce de détail réside dans le fait que 83 pour cent des ventes sont effectuées dans des emballages perdus sous forme de boîtes et canettes, alors que les bouteilles et verres à utilisation multiple restent prépondérants dans les restaurants.

La bière reste néanmoins indissociable de la restauration. «L'association Gastrosuisse et l'ASB en sont bien conscientes, estime Marcel Kreber. Raison pour laquelle nous avons créé en commun un cursus de formation de sommelier de la bière suisse». Il s'agit en fait d'améliorer les connaissances et compétences relatives à la bière parmi les professionnels de la restauration. La fierté de la branche et l'attachement au produit s'expriment aussi à travers la création de l'Ordre de la bière «ad

gloriam cerevisiae», un prix qui a été décerné lors de la Journée de la bière suisse, le 19 avril 2012, au célèbre météorologue alémanique Thomas Bucheli. La consommation de la bière, après tout, n'est-elle pas étroitement liée aux humeurs de la météo?

Pression politique

L'industrie de la bière est soumise à de fortes pressions politiques. «En tant que produit de plaisir, la bière est un objet d'intérêt public», constate Marcel Kreber. Notre priorité est d'en promouvoir une consommation responsable. De concert avec l'Alliance des milieux économiques pour une politique de prévention modérée (AEPM), les brasseurs s'opposent à une nouvelle loi à caractère préventif. Bien appliquée, la législation existante est tout à fait suffisante. Un climat d'interdiction irait à fin contraire. L'association rejette notamment les limitations de vente et les nouvelles taxes ou prix minimaux tels qu'ils sont évoqués dans le cadre de la révision de la loi sur l'alcool et qui sont des entraves inacceptables à la liberté d'entreprise.

Il y a d'autant moins d'urgence en matière d'alcool, que la population suisse en consomme de moins en moins. La consommation de bière par individu a diminué de 20 pour cent au cours des vingt dernières années. L'exigence de la levée du secret professionnel dans le cadre du droit sur la sécurité alimentaire est à cet égard particulièrement préoccupante. L'ASB entend bien défendre bec et ongle les intérêts de ses membres, en collaboration avec des associations sœurs, telle Gastrosuisse.

Maîtres brasseurs en Allemagne

Le profil du brasseur s'est transformé sous l'effet de l'introduction, en 2001, du domaine d'activité des technologies en denrées alimentaires. Dans le cadre de cette formation, une douzaine de personnes achèvent chaque année un apprentissage de brasseurs. On observe avec intérêt une légère augmentation du nombre de femmes qui choisissent ce métier.

Le diplôme de maître brasseur n'étant pas décerné en Suisse, il faut aller le chercher en Allemagne. «Nous ne ménageons pas nos efforts pour rendre le

métier attrayant afin d'assurer une relève suffisante», souligne Marcel Kreber. Traditionnellement, les entreprises suisses engagent de longue date des maîtres brasseurs allemands: «Il en résulte de nombreux échanges enrichissants». Connus pour leurs excellentes prestations sociales, les brasseurs entretiennent de bonnes relations avec les syndicats. La convention collective est actuellement en cours de révision avec le syndicat Unia.

La Maison des boissons

La «Maison des boissons», près de la gare Enge, à Zurich, abrite pas moins de trois associations. Marcel Kreber y dirige l'ASB avec trois collaboratrices. Il assume également la fonction de secrétaire général de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft-drinks (SMS) et de secrétaire de l'Association suisse pour les emballages de boissons respectueux de l'environnement (SVUG). Les deux tiers des producteurs de boissons en Suisse sont membre de ces associations. «C'est une branche très dynamique qui exige de notre part souplesse et concentration. Nous leur offrons de la valeur ajoutée et sommes une plaque tournante pour toutes les questions qui ne peuvent être entièrement résolues au sein des entreprises», conclut Marcel Kreber. ■



Schweizer Brauerei-Verband
Association suisse des brasseries
Associazione svizzera delle birrerie
Associazion svizra da bierarias

Membres: 16

Fondation: le 19 avril 1877

Président: Markus Zemp

Directeur: Marcel Kreber

Contact

Association suisse des brasseries

Engimattstrasse 11

8002 Zurich

Tél. +41 (0)44 221 26 28

www.bier.ch; info@bier.ch