



ATELIER #6

Attentes consommateurs et différenciation des bières régionales



Organisation : Anne-Cécile BRIT (INRA)
et Grégori AKERMANN (INRA)



Intervenants : Adrien CLAUSTRES (BRIO)

❖ Structuration & Problématique

Grégori AKERMANN a présenté quelques tendances de consommation alimentaire (naturalité, proximité, transparence...) qui peuvent éclairer leurs attentes vis-à-vis des bières régionales. Il a ensuite abordé différents processus de différenciation sur les marchés économiques et évoqué des possibilités de différenciation des bières d'Occitanie selon différents critères (approvisionnement en matières premières, de méthode de production...) et proposé des pistes d'outils (label, cahiers des charges, marques...).

Adrien CLAUSTRES, brasseur et président de l'association BRIO, a ensuite communiqué les résultats d'un questionnaire diffusé aux membres de son association et à ceux de l'association UBC dans les Cévennes. Ce questionnaire avait pour but de connaître l'opinion des brasseurs quant à la mise en place d'un label, d'une charte ou bien d'une marque et selon quelles conditions.

Avec le contenu de ces interventions et les retours des participants, nous avons pu discuter de l'intérêt de cette démarche de différenciation pour les brasseurs et des outils sur lesquels s'appuyer.

❖ Conclusions

Tout d'abord, 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 peut donc y avoir 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, l'enquête auprès des brasseurs a révélé que les $\frac{3}{4}$ 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 : quelles sont les valeurs communes des entreprises de la filière ? Comment le produit est-il perçu ? Comment un label ou une marque pourraient être identifiés par le consommateur ?

La construction d'un collectif dans lequel tous les acteurs de la filière sont impliqués apparaît nécessaire pour poursuivre les réflexions et identifier des pistes d'action.

Contenu complémentaire :

[Consulter le diaporama de cet atelier](#)

Regarder la vidéo de la restitution des ateliers (après-midi) – à venir