

LA BIÈRE ARTISANALE ATTEINT LA MATURITÉ

Tant au Québec qu'à l'échelle nord-américaine, les bières de type artisanal continuent de gagner en popularité. Après avoir fait sa place parmi les préférences des consommateurs nord-américains, ce segment d'activité arrive à une certaine maturité, en affermissant son importance dans un marché où la bière affronte la concurrence des autres boissons alcoolisées. Au Québec, cette maturité ne ferme pas pour autant la porte à de nouvelles microbrasseries qui veulent se distinguer.

Comme ailleurs en Amérique du Nord, le secteur des microbrasseries du Québec présente un dynamisme indéniable. La bière des microbrasseurs ne cesse de gagner en popularité chez les consommateurs, particulièrement les jeunes, qui sont constamment à la recherche de saveurs nouvelles et de style unique¹.

Chez nous, les microbrasseries se sont certes multipliées depuis une quinzaine d'années. Selon l'Association des microbrasseries du Québec (AMBQ), leur nombre est passé de 31 en 2002 à 151 en 2015 et il pourrait avoir atteint 190 en 2017. À cet égard, l'information disponible relativement aux États-Unis confirme qu'il s'agit d'un mouvement observable à l'échelle nord-américaine.

LES BIÈRES ARTISANALES ONT CONNU UN ESSOR AUX ÉTATS-UNIS

En effet, au chapitre des volumes, la part des microbrasseries américaines dans le marché national, par rapport à l'ensemble des volumes de bière produits, est passée de 8 % en 2013 à 13 % en 2017. La croissance de la bière artisanale reste supérieure à celle des bières traditionnelles, dont les volumes de production ont reculé de 1 % en 2017 aux États-Unis. À l'opposé, les volumes de bière artisanale ont augmenté de 5 % la même année.

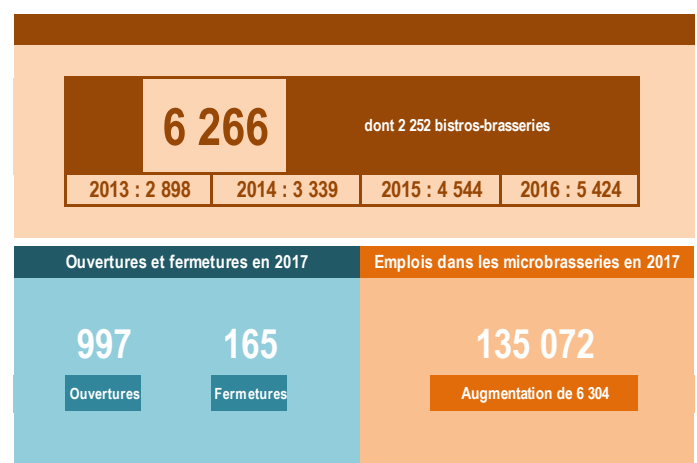
TABLEAU 1. PART DES MICROBRASSERIES DANS L'ENSEMBLE DES VOLUMES DE BIÈRE PRODUITS AUX ÉTATS-UNIS, DE 2013 À 2017

2013	2014	2015	2016	2017
7,8 %	11,0 %	12,1 %	12,0 %	12,7 %

Source : Brewers Association, 2018.

En outre, selon la Brewers Association, les ventes de bière des microbrasseries aux États-Unis ont crû de 8 % en 2017 pour atteindre 26 G\$ US. En matière de valeur au détail, ces ventes représentaient ainsi 23 % du marché américain de la bière. Cet essor s'est appuyé sur une augmentation importante du nombre de microbrasseries aux États-Unis, nombre qui a littéralement doublé de 2013 à 2017, passant de 2 898 à 6 266. En 2017, ce sont 997 nouveaux établissements brassicoles qui ont ouvert leurs portes chez nos voisins du Sud. Soulignons que, dans l'ensemble, les microbrasseries américaines fournissent du travail à plus de 135 000 personnes à travers le pays.

TABLEAU 2. PORTRAIT DES MICROBRASSERIES AUX ÉTATS-UNIS EN 2017



Source : Brewers Association, 2018.

DES SIGNES DE MATURITÉ?

Cependant, malgré une autre bonne année pour cette industrie, une nouvelle tendance semble se dessiner. On dénombre 165 microbrasseries ayant fermé aux États-Unis en 2017, soit un bond de 70 % comparativement aux années précédentes. Ce nombre de 165 représente 3 % du total des microbrasseries américaines.

Cette situation semble indiquer que l'industrie arrive à une certaine maturité. Généralement, quand un secteur industriel atteint ce stade d'évolution, on observe une consolidation qui se traduit par des fusions ou des acquisitions ou encore par un nombre supérieur d'acteurs qui quittent le marché, phénomène qui est déjà à l'œuvre chez les grands brasseurs mondiaux.

AU QUÉBEC, DES MICROBRASSERIES ATTEignent LE STADE DE MATURITÉ, ALORS QUE DE NOUVELLES APPARAissent

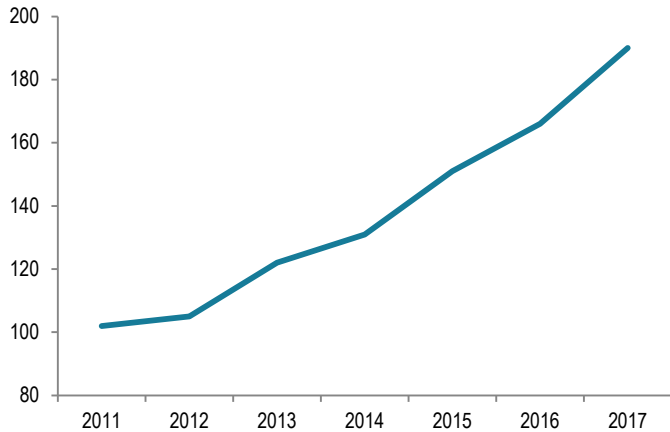
Parmi les premières microbrasseries qui ont vu le jour au Québec, certaines sont déjà parvenues à ce stade de maturité. On peut penser à des brasseries comme Unibroue qui est aujourd'hui dans le giron de la nippone Sapporo. De même, notons l'acquisition par Labatt (Anheuser-Busch InBev) des microbrasseries Mill Street et Archibald, en vue d'occuper de nouveaux créneaux de marchés.

Cependant, il existe une centaine d'autres microbrasseries disséminées dans les 17 régions administratives du Québec et elles prennent une place de plus en plus prépondérante dans les circuits touristiques ou sur les tablettes des marchands. Comme nous le mentionnions précédemment, le nombre de microbrasseries au Québec a plus que quadruplé de 2002 à 2015, de 31 à 151, pour ensuite atteindre

1. Euromonitor, « Beer in Canada », juin 2017.

190 établissements en 2017, selon l'AMBQ. À cet égard, déjà en 2015, l'AMBQ s'attendait à ce que ce nombre atteigne près de 220 d'ici 2020 et que, forte de cet élan, leur part de marché de la bière au Québec croisse de 8 % à 12 %².

TABEAU 3. NOMBRE DE MICROBRASSERIES EN ACTIVITÉ AU QUÉBEC, DE 2011 À 2017

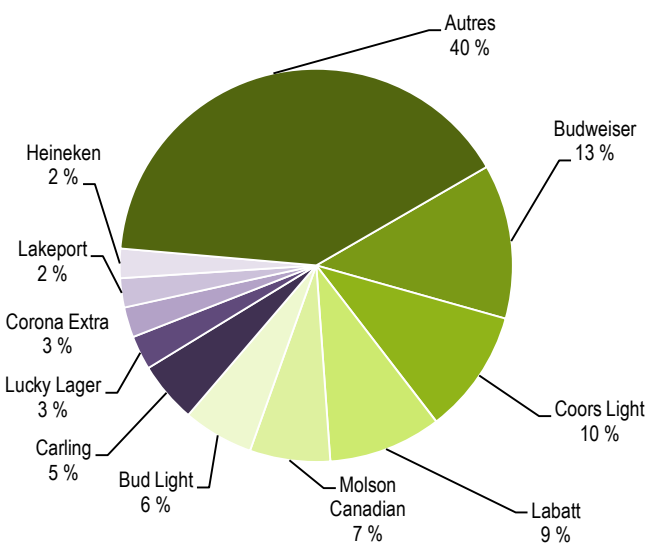


Source : AMBQ.

LE MARCHÉ INTÉRIEUR DE LA BIÈRE

Malheureusement, il n'y a pas pour le Québec de données semblables à celles qu'a réunies la Brewers Association aux États-Unis. Néanmoins, les renseignements à notre disposition fournissent un éclairage sur le marché général de la bière au Québec et au Canada. Ainsi, les grandes marques de bière continuent de dominer les ventes au Canada. De plus, les marques d'importation occupent une place de plus en plus importante.

FIGURE 1. PART DES VENTES DE BIÈRE SELON LES MARQUES AU CANADA EN 2015



Source : Euromonitor, 2018.

À l'échelle canadienne, les ventes de bière s'élèvent à 9 G\$ alors qu'elles atteignent 2,3 G\$ au Québec. Comme c'est le cas ailleurs, le marché de la bière fait face à une importante concurrence de substitution. Bon nombre de consommateurs se tournent vers les vins et les spiritueux, délaissant du même coup les produits brassicoles. Au Québec, le volume en litres des ventes de bière a diminué de 6 % de 2009 à 2015. Durant cette période, les spiritueux et les vins ont affiché une croissance de 15 % et de 13 % respectivement. Sur le plan de la valeur des ventes, les spiritueux ont enregistré

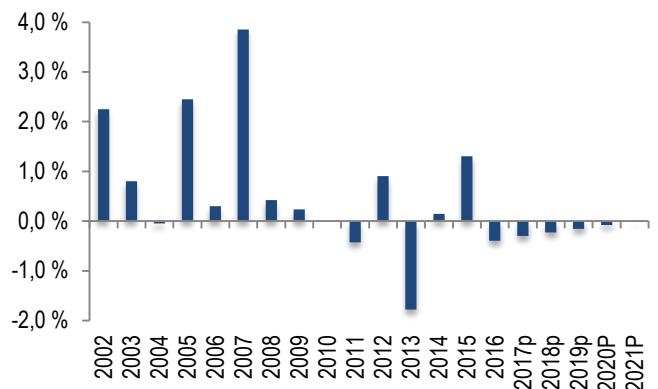
une augmentation de 27 % de 2009 à 2015 et les vins, de 21 %.

Face à cette concurrence de substitution et aux changements de goût des consommateurs, les grands brasseurs ont revu leur offre de produits. Cette révision implique la distribution de bières d'importation et la mise en marché de nouveaux produits brassicoles. L'acquisition de microbrasseries s'inscrit parmi les moyens de diversification de l'offre des grands brasseurs.

DES PERSPECTIVES DE CROISSANCE?

Au cours des 15 dernières années, le taux de croissance annuel des ventes de bière au Canada a varié de façon importante. Selon Euromonitor, ces ventes ont diminué lors de trois des six dernières années et ne présentent pas de perspectives de croissance d'ici la fin de la décennie. Toutefois, toujours selon les prévisions d'Euromonitor, on peut s'attendre à un retour de la croissance vers 2021.

FIGURE 2. VARIATION ANNUELLE DES VENTES DE BIÈRE AU CANADA, DE 2002 À 2021



p : prévisions.

Source : Euromonitor, 2018.

Enfin, l'évolution de la réglementation dans les provinces canadiennes, dont le Québec, pourrait éventuellement faciliter la distribution des produits brassicoles. Ainsi, les distributeurs seraient en mesure d'offrir une plus vaste gamme de produits sur les tablettes. À moyen terme, ce plus grand éventail de produits brassicoles pourrait contribuer à contenir le mouvement des consommateurs vers les vins et les spiritueux.

EN CONCLUSION

Tout comme l'industrie américaine des microbrasseries, celle du Québec semble entrer dans une période de consolidation. D'une part, l'intégration des microbrasseries québécoises au sein de plus grands brasseurs peut leur donner accès à des réseaux de distribution plus efficaces pour atteindre les consommateurs. D'autre part, les grands brasseurs y trouveraient leur compte en diversifiant leur gamme de produits. Toutefois, ce temps de maturité ne paraît pas, jusqu'à présent, avoir fermé la porte à la création de nouvelles microbrasseries.

2. Les Affaires, 16 décembre 2015.