

LYON Économie

# Reconfinement : les microbrasseurs ont toujours la pression

À Lyon le secteur des microbrasseurs est en pleine expansion depuis quelques années. Mais le couvre-feu et le confinement liés Covid-19 ont changé la donne. Et tous ne s'en sortent pas de la même manière, le choix du modèle économique les épargnant plus ou moins.

■ **Platypus : un lieu, le bar... fermé depuis le 8 octobre**

Mardi matin, 9 h 30. Amandine et Ludovic ouvrent leur bar au 32 cours Charlemagne. Une ouverture particulière, uniquement pour évoquer leurs difficultés car depuis le 8 octobre, l'établissement Platypus est fermé. Un bar d'un type un peu particulier puisque c'est ici que la brasserie éponyme vend sa bière, à la pression sur une des huit tireuses ou en "growler", c'est-à-dire au vrac dans les bouteilles plastiques d'un ou deux litres. « On produit 500 hectolitres par an, avec une progression constante depuis notre création en 2015 » explique Amandine. Le secteur est porteur, indiscutablement et la petite structure décide avec ses économies de faire en 2020 de la bouteille en verre. Mais ça, c'était en février dernier... depuis le Covid-19 a contrarié leurs plans.

« Finalement, on a bossé six mois de l'année, on arrive péniblement à 250 hectolitres cette année. Notre trésorerie est passée dans le premier confinement. On a anticipé le couvre-feu... mais déjà 22 heures a fait baisser notre chiffre d'affaires. Et depuis 15 jours on ne vend plus rien », ajoute Ludovic. « Les bars qui travaillent avec nous sont fermés aussi... Et sans trésorerie, pas de projet ». Seul point positif, le brasseur potasse aujourd'hui de nouvelles recettes... en attendant des jours meilleurs, il va aussi relan-



Tom, de Tom & Co, va continuer à vendre via le point rue des Capucins... Photo Progrès/David Tapissier

cer la vente à emporter.

■ **Tom & Co : de la vente à emporter en Presqu'île**

Autre modèle, à la fois proche et éloigné, Tom & Co. La micro-brasserie date de 2017 et le local de vente à emporter a ouvert ses portes en avril 2018 rue des Capucins en Presqu'île. Étonnamment, ils progressent en hectolitres produits par rapport à l'an passé. « On est à 200 hl cette année, contre 160 l'an passé. On s'en sort bien » explique Tom. La raison ? Le choix du point de vente plutôt que du bar. « On ne consomme pas chez nous. On fait de la bouteille 33 cl et de la growler, et on a de la chance d'être bien situé en centre-ville. Le confinement a poussé les gens à se tourner vers nous, pour faire des apero-skype, nombreux sont ceux qui se sont mis à la bière artisanale... » rajoute-t-il. « On travaille également avec Biocoop... et du coup, seule la partie événementielle avec location de tireuses est vraiment en berne ».



Alexandre et Tim, de Hubster, continue d'effectuer certaines livraisons. Ils sont confiants pour l'avenir... Photo Progrès/David TAPISSIER

■ **Pour Hubster, « Le marché repartira »**

Troisième avis, celui d'Hubster. Ils n'ont qu'un an d'existence mais ils voient grand. Ils pensaient être à 900-1 000 hectolitres et ils ne feront que 750 hl. « On ne travaille qu'avec des restaurants, bars et cavistes et on s'adapte pendant le confinement en nous ouvrant aux particuliers et en livrant nous-même » résume Tim Beugnot, cofondateur de la start-up. « On a fait le choix de ne pas investir immédiatement dans du matériel de production. Du coup, nos remboursements ne sont pas aussi colossaux que d'autres microbrasseurs. Mais on ne change pas d'idée : le marché repartira et la société n'est pas en péril. On est confiant, on serre juste un peu les fesses en ce moment... », conclut le Lyonnais.

David TAPISSIER



Amandine et Ludovic ont fermé leur bar depuis le 8 octobre et Platypus est aujourd'hui au point mort. Photo Progrès/David TAPISSIER

## Ninkasi : la grande distribution permet l'équilibre

Aux côtés des microbrasseurs, Ninkasi fait figure de grand-frère. Le cap des centaines d'hectolitres est passé depuis longtemps : en 2020, 25 000 hl devraient être produits.

Et si la tendance est toujours à la hausse, elle ne sera pas de 20 % cette année mais plutôt de 1 %. Un moindre mal. « La grande distribution a clairement compensé la baisse dans les cafés, hôtels et restaurants ainsi que dans l'événementiel » explique Christophe Fargier, fondateur des brasseries et bières Ninkasi. « En France, 85 % des bières sont vendues en grande surface. C'est donc un marché où il faut être. Les indépendants y ont leur place. Durant des années, les caves à bières étaient trustées par les bières étrangères et peu à peu les produits français ont été de plus en plus demandés ».

■ **« Les clients recherchent des produits français »**

Privilégier la grande distribution,



Christophe Fargier, patron du groupe Ninkasi.

Photo Progrès/Lara PRIOLET

une stratégie gagnante ? « En fait nous n'avons jamais considéré que c'était un réseau à ignorer et face au Covid-19, cette présence nous a permis de stabiliser l'activité. Nous avons également constaté que la crise a été un accélérateur de ten-

dance en grande distribution. Les clients recherchent des produits français, qui ont plus de sens. Nous défendons les circuits courts... c'est notre ADN et c'est la grande différence avec les industriels ».

D.T.