

Bière

Magazine

AVRIL
MAI
JUIN 2017

ESSEURS
TEURS

À VOS
QUETS !

TES

RE DE LA RADE

TIÈME VIE
BRASSERIE
ISSON

CK BREWING

ERIE
RIVIÈRE D'AIN

REPORTAGES

À L'ÉCOLE DE LA **BEER FABRIQUE**
MUNICH CAPITALE DE LA BIÈRE

C-BEV DISTRIBUE
LES BIÈRES TENDANCE

DÉCOUVREZ
LA **VILLA**
METEOR

CONCOURS TOUS LES RÉSULTATS

SALON DE
L'AGRICULTURE
À PARIS

RIMINI EN ITALIE

PHILIPPE TORRETON

« J'AI LE SENTIMENT
QUE LES FRANÇAIS
REDÉCOUVRENT
LA BIÈRE »



Trimestriel 5,50 € Belgique-Luxembourg 5,90 €
Imprimé en France - Printed in France

USTATION

12 BIÈRES
EN FICHES

BIÈRES & FROMAGES
LA FRAÎCHEUR DES BEAUX JOURS

L 12073 - 95 - F: 5,50 € - RD



Toutes les bières de la brasserie de la Rade portent des noms de poissons... Oui, mais des poissons de la Méditerranée !



VISITE

La bière de la Rade

Charles (à gauche) et Simon (à droite) devant la Rade.

exalte Toulon

Ouverte depuis seulement un an, la brasserie de la Rade est déjà devenue un lieu incontournable des soirées toulonnaises. Dirigée de manière audacieuse par Charles Doerr et Simon Chevillot, tous deux originaires de la capitale varoise, elle sort tout juste d'une rénovation lui permettant d'accueillir encore plus de monde.

→ par Michaël Couuret

Nous sommes des gamins de la ville», Charles et Simon ont grandi à Toulon et dans Toulon. La nuance est importante et elle explique le choix des deux jeunes brasseurs de s'installer dans le centre-ville. C'est leur culture et ils ne se voyaient pas démarrer leur activité ailleurs. Outre cette culture urbaine, la proximité avec le bassin de population et notamment la jeunesse de la ville est leur leitmotiv.

Le déclin a lieu il y a environ cinq ans, pour les 30 ans de Charles. Les deux compères montent à Paris et visitent le Brewpub O'Neil. C'est à ce moment-là que germe l'idée de créer un lieu dans lequel la bière est fabriquée



Simon Chevillot et Charles Doerr goûtent leur production



La Girelle porte le nom du poisson le plus répandu dans la rade.

mais aussi consommée. Ils en acquièrent l'intime conviction en découvrant le concept de Markus, brasserie du Val de Drôme. Un lieu de dégustation avec une large ouverture sur l'espace de fabrication de la bière. Pour Simon « Il faut que les gens qui viennent sur place puissent goûter la bière qui est fabriquée là ».

Une lignée de brasseurs

Le projet d'une brasserie émerge très vite. C'est Charles qui entraîne Simon dans sa passion pour le brassage. Il descend, en effet, d'une illustre famille de brasseurs allemands. Son ancêtre, Jean Doërr a quitté l'Allemagne pour venir brasser à Lyon au milieu du XIX^e siècle, participant à l'essor de la fameuse bière noire lyonnaise. L'entreprise finit par disparaître au milieu du XIX^e siècle, avec l'arrivée des bières blondes légères. Un héritage que semble pleinement assumer Charles : « quand tu descends d'une famille comme ça, tu es censé aimer la bière ». Charles et Simon se lancent donc dans le brassage amateur. Si la décision de vendre leur production arrive rapidement, ils vont mettre cinq ans à mûrir leur projet. Ils préparent leur *business plan* avec assiduité, vont chercher des financements, font le tour des banques, peaufinent leur concept et surtout, ils se construisent une histoire.

Le renouveau culturel toulonnais

Cette histoire c'est celle de deux jeunes entrepreneurs toulonnais qui veulent éradiquer les clichés sur leur ville. Toulon l'endormie qui tranche avec ses voisins plus glamour de la Côte d'Azur. Charles et Simon font partie d'une génération de trentenaires toulonnais qui souhaite faire revivre la ville, à travers des collectifs, des événements culturels et bien sûr des entreprises.

Cet attachement fort à leur ville se traduit dans leur travail. Leurs bières sont à l'image de leur Toulon. Emprunte de nostalgie et différente de la vision traditionnelle que véhicule la ville. Cette image de port militaire colle à la ville comme le kraûzen sur une cuve de fermentation. Mais qui dit port dit mer. Et quand Simon évoque ses souvenirs d'enfance, c'est davantage les parties de pêche que les navires militaires qu'il évoque.

Une bouillabaisse houblonnée

Toutes les bières de la brasserie de la Rade portent donc des noms de poissons, mais pas n'importe lesquels, des poissons typiques de la Méditerranée. Les poissons de roche que Simon et Charles allaient pêcher étant petits, les poissons de la bouillabaisse. Pour Simon il était évident de nommer les bières d'après ces poissons, « à Toulon, quand vous allez pêcher pour la première fois, il y a 9 chances sur 10 pour que le premier poisson que vous attrapez soit une girelle. C'est pour ça qu'on a voulu que ce soit la première bière toulonnaise ». Outre la Girelle qui est une bière blonde de type anglais très houblonnée, la rascasse, une IPA aussi amère que parfumée et la Daurade, bière blanche viennent compléter le tableau de pêche des deux brasseurs. Ils ont même poussé le vice jusqu'à ouvrir leur brasserie le 1^{er} avril ! Une Girelle de Noël, brune et épicée ainsi qu'une Pumpkin Ale pour Halloween sont venues compléter l'offre de manière sporadique au cours de l'année. Ces deux bières temporaires ont été un véritable succès, ce qui incite Charles et Simon à renouveler l'expérience. La brasserie a donc produit un stout pour la Saint-Patrick qui va compléter la gamme et va lancer une session de printemps, légère et aromatique. Une bière qui elle aussi devrait devenir permanente en fonction de sa popularité.

De la bière et des idées

Pour tester le succès d'une bière, la brasserie de la Rade dispose du meilleur outil de sondage qui existe : un bar. Portés par la volonté d'ouvrir la salle de brassage au public, Charles et Simon ont créé un véritable Brewpub. L'idéal pour Simon, « c'est que la personne qui accompagne dans la dégustation de la bière soit celle qui l'a faite ». La décoration du bar a été pensée pour accompagner les consommateurs dans leur découverte de la bière.

Un grand idéogramme sur la fabrication de la bière a ainsi été placé à l'entrée de la brasserie. Il s'agit surtout de démystifier la fabrication de la bière. Selon Charles, « en France, les gens ont plus ou moins une idée de la manière dont se fait le vin, des vendanges à la mise en bouteille. En revanche, le mystère est épais pour la bière. On veut démocratiser ça aussi. Partager notre métier et notre passion avec nos clients ». Ce partage se fait aussi lors d'ateliers. Une fois par mois, la brasserie ouvre ses portes à un petit groupe de six participants maximum. Ils décident ensemble du type de bière qu'ils vont brasser et passent toutes les étapes, du concassage à la fermentation sur une pico-brasserie de 50 litres. Ils embouteillent ensuite le brassin du groupe précédent et peuvent venir chercher le fruit de leur collaboration le mois suivant.

Des soirées et des festivals

Mais la véritable originalité de la Brasserie tient dans les soirées qu'elle organise sur place. Une fois par semaine, généralement le vendredi, la Brasserie de la Rade est l'endroit

où il faut sortir à Toulon. Ce sont généralement des soirées à thème avec DJ et où la bière coule à flots. Au-delà de l'ouverture de la brasserie vers le client, les jeunes brasseurs ont souhaité offrir à Toulon un nouveau lieu festif et musical.

La musique tient d'ailleurs une place importante dans l'univers de Charles et Simon. Avant de monter leur brasserie, ils ont côtoyé de nombreux festivals de musique dans la région. L'occasion de remarquer que la gestion d'un bar est souvent synonyme de galère pour les organisateurs. Trop d'attente, groupe de froid qui ne tient pas sur la durée, problèmes de caisses, etc. Ils ont donc mis au point un système de bar itinérant qui répond exactement aux contraintes budgétaires et techniques d'un festival. Ils proposent ainsi une solution globale pour gérer le bar. Certains festivals ont ainsi vu leur chiffre d'affaires bar augmenter de 40 à 50 %.

La brasserie 2.0

Une idée contemporaine. Charles et Simon vivent avec leur temps et aiment associer les gens à leur aventure. La communication et les actions marketing sont au cœur de leur stratégie. À tel point que lorsqu'ils veulent refaire la décoration de leur brasserie avec un mur de planches en bois, ils font appel à leur communauté. Pour trouver toutes les planches nécessaires, ils décident d'organiser une soirée à thème : « Paye ta planche ». Le principe est simple, les clients peuvent échanger une planche en bois contre une bière. Résultat réussi avec un bel engouement et un beau mur tout neuf.



Le bar permet aux brasseurs d'avoir les avis directs des consommateurs de leurs produits.



Le résultat de l'opération « Paye ta planche ».

Les réseaux sociaux leur servent également à travailler leur identité toulonnaise. Et tous les prétextes sont bons. Comme cette fois où une dame les appelle en leur expliquant que son fils est en Nouvelle-Calédonie et qu'il aimerait goûter leur bière car il est originaire de Toulon. Sans se faire prier, ils lui envoient quelques bouteilles. En échange ils demandent simplement une photo. S'en est suivie une série de clichés de la Girelle devant des paysages et monuments du monde entier. À l'instar du nain de jardin dans le film *Amélie Poulain*.

Cette communauté, les deux brasseurs souhaitent la valoriser. Un projet est dans les cartons. Les jeunes toulonnais souhaitent créer un véritable bar dans l'hyper-centre de Toulon. Ils n'excluent pas de faire appel au financement participatif à cette occasion. Ils restent cohérents avec leur philosophie de partage. Partage de leur passion et de leurs projets. Le tout dans des lieux qui leur ressemblent et où leurs clients sont accueillis à bras ouverts.

Objectifs dépassés

Ce succès populaire se traduit évidemment par une bonne santé de la brasserie. Ils sont aujourd'hui cinq salariés. Aux deux brasseurs viennent s'ajouter un responsable de la gestion des stocks, du conditionnement et des livraisons, un assistant brasseur et une personne pour la boutique et le bar. Une expansion nécessaire. Si Charles et Simon souhaitent brasser quatre jours par semaine, c'est très compliqué à mettre en place. Il y a toujours une décision à prendre où quelque chose à faire. Il leur faut donc une personne pour prendre le relais. Car les objectifs pour leur première année ont été tenus et même dépassés. Ils se sont retrouvés à produire en flux tendu et à être en rupture de stock en permanence, tout en étant au maximum de leur capacité de production. Lancée en avril 2016, la brasserie devait produire 500 hl jusqu'à décembre, or elle en a produit près de 800. Il a déjà fallu réinvestir dans trois nouveaux fermenteurs. L'objectif pour 2017 étant de 1 200 hl. Pour assumer cette production, les brasseurs s'appuient désormais sur une zone chaude d'une capacité de 10 hl de chez PBC Brewery. Pour la partie froide, ils disposent désormais de cinq cuves cylindroconiques de 20 hl et d'une de 10 hl de marque Destila.



La salle de brassage d'une capacité de 10 hl.



s de fermentations, principal
ement de Charles et Simon



Capsuleuse et étiqueteuse GAI.

leur facilite grandement la vie. Ils peuvent ainsi se concentrer sur la vente de leurs produits. Une vente qui se fait notamment en direct via leur propre bar avec de meilleures marges. Les autres bars de la ville n'ayant pas été les plus réceptifs à leur projet.

Celui qui l'a été en revanche, c'est leur parrain, Daniel Herrero, ancien rugbyman du RCT et désormais écrivain (entre autres). Tout de suite séduit par le projet des deux jeunes toulonnais, il incarne idéalement la bière de la Rade, entre passion, humanisme et philosophie.

Et c'est peut-être celui qui en parle le mieux : « la bière, c'est une invitation à libérer les mots, parce qu'elle est douce, gentille, subtile, qui plus est celle-là, dans ce lieu. Elle porte quelque chose de généreux ». ●

Le gros de leur investissement est passé là. Car si le brasseur fait le moût c'est bien la levure qui fait la bière et il faut la conserver dans les meilleures conditions. Simon le confirme d'ailleurs : « on a voulu investir sur la partie froide, la fermentation, car c'est la clé du process pour faire une bonne bière ».

Un parrain et des investisseurs

Leur capacité de production maximale peut désormais atteindre les 2000 hl par an. Une installation conséquente pour une petite brasserie qui vient d'être créée. Pour y arriver nos deux jeunes brasseurs ont dû séduire de nombreux investisseurs. En tout, ils ont ainsi réussi à collecter près de 300000 euros. Cela leur a permis de construire une installation plus confortable. « Ça nous a permis de produire plus, mais aussi mieux et plus facilement », renchérit Simon.

L'exemple le plus concret est leur étiqueteuse et capsuleuse de chez GAI. Un achat qui n'était pas forcément prévu au départ mais qui a pu être possible grâce à leur enveloppe de départ. Une machine qui



Simon fait un prélèvement.