



L'essor d'une brasserie bretonne

Des nouvelles bières, un packaging plus moderne, une ligne automatisée. Depuis sa reprise en 2012, Britt a l'ambition d'être la première référence brassicole en Bretagne. Et elle ne lésine pas sur les moyens pour y parvenir.

→ par Aude Deraedt

Trégunc, Finistère sud. Dans les ruelles de la ville, située à quelques kilomètres de Concarneau, un macareux moine trône sur les façades des cafés. L'oiseau des Côtes d'Armor a migré pour devenir l'emblème d'une brasserie locale, Britt. Rares sont les patrons de bars à ne pas avoir remplacé les habituelles blondes des comptoirs par cette bière locale. Au top cinq des brasseries régionales françaises, l'enseigne finistérienne ambitionne de devenir la brasserie préférée des Bretons, et la première brasserie régionale française. De l'ancienne conserverie, située à la sortie de la ville, s'élèvent des vapeurs de malt et de houblon. Devant le bâtiment noir et blanc, aux couleurs de la Bretagne, un camion estampillé lui aussi d'un macareux moine attend son chargement. Une frénésie semble s'être emparée des salariés. Deux nouveaux breuvages, la Sant-Erwann IPA et la Sant-Erwann fruits rouges, sont mis en vente en ce mois de mai.



Jimmy Quessandier, directeur administratif et financier, François Quellec, PDG et Arnaud Huchet, directeur d'exploitation.

François Quellec, P-DG de Britt depuis bientôt quatre ans et ancien directeur de Kronenbourg Nord, évoque avec fierté l'évolution de la brasserie. « J'ai travaillé dès que je suis arrivé pour la repositionner », explique le quadragénaire, assis sur une énorme boule vert pomme dans son bureau au sol tapissé en jonc de mer.

Créée en 1998 par Claude Chapelle, petit-fils d'un brasseur de Saint-Malo, la brasserie bretonne est très vite confrontée aux difficultés. En 2000, la brasserie est reprise par Hervé Corbel et Jean-François Istin. Les deux Bretons tentent alors de lui donner un nouveau souffle. Ils multiplient les sites en rachetant deux brasseries, la Dremmwel basée à Minihy-Tréguier dans les Côtes d'Armor, et la Celtik, à Cléguerec dans le Morbihan. « Le souci, c'est qu'ils n'aimaient pas trop le marketing, souligne François Quellec. Ils se sont éparpillés, et finalement, ils ont dû revendre. »

En 2012, Britt est reprise par de nouveaux actionnaires. Hervé Corbel et Jean-François Istin n'en conservent qu'une faible part, qu'ils revendront en 2015. Les nouveaux actionnaires choisissent François Quellec, qui accepte de revenir en Bretagne après avoir passé plusieurs années en région parisienne, à Issy-les-Moulineaux, et dans le Nord, près d'Armentières, et d'en prendre la direction.

« Toujours en chantier quelque part »

Désormais, Britt ne compte plus qu'un site de production. Mais le nombre de salariés, lui, vient encore d'augmenter, passant de 28 en 2012, à 37 CDI en mai 2016. Six à neuf personnes en Esat (établissement et service d'aide par le travail), employées depuis une dizaine d'années, s'ajoutent à ces CDI. « Ils confectionnent manuellement les coffrets découverte », précise Arnaud Huchet en entrant dans la brasserie. Désormais directeur d'exploitation, il a commencé en 2005 à travailler pour Britt dans l'une de ses antennes, avant la fusion. Il est arrivé sur le site de Trégunc en 2009. « Il y a quelques semaines encore, presque tout était fait à la main ici, annonce-t-il. Mais on est en train de mécaniser. » Des cuves de conditionnement flambant neuves viennent tout juste d'arriver. Les soudeurs s'affairent. « Elles devraient être utilisables dans deux-trois semaines », précise Arnaud, soulignant que chez Britt, « on est toujours en chantier quelque part ». Avant de nous faire découvrir l'instrument de la frénésie, Arnaud pénètre dans une



Gildard, brasseur, devant une cuve de br...



Cuves de brassage et de fermentation

salle embaumée par les vapeurs de malt et de houblon. C'est la salle de fermentation. Des grandes cuves s'échappe une chaleur moite. C'est là que les levures et les arômes sont ajoutés, avant la fermentation. Une étape qui dure une semaine. « On utilise 30 % de malt bio. L'orge vient de Bretagne, du même agriculteur depuis 1998. La demande grossit. Son exploitation aussi », explique Arnaud en montant les marches qui mènent au-dessus des gigantesques cuves. « Il est malté chez Soufflet et Malterie du Château. L'objectif, aujourd'hui, c'est de réimplanter un outil de malterie mutualisé en Bretagne. C'est en discussion. » Tout comme leur projet de consigne sur le verre.

L'outil de brassage date de 1998. « Il est fait maison », précise Arnaud en ouvrant le couvercle de l'une des cuves. Les vapeurs maltées du liquide doré s'échappent. « L'ancien brasseur a récupéré ces cuves dans une laiterie.

On va les changer dans 18 mois pour un outil supérieur. » Mais pas question d'allonger les horaires de production. « On refuse les 3x8. On préfère augmenter la capacité. Début 2018, on souhaite atteindre les 100 000 hectolitres annuels, contre 34 000 actuellement. » Et répondre à une demande qui ne cesse de croître. « Aujourd'hui, on a plus de mal à produire qu'à fournir. »

Une révolution technique

Pour libérer la cuve d'ébullition plus tôt, une nouvelle cuve de fermentation, tout juste arrivée elle aussi dans les locaux, va être installée. Une fois passée dans cette salle, la bière, non pasteurisée, est envoyée soit en cuve de stockage, dans les anciens bâtiments Tipiac situés à quelques mètres de la brasserie, qui peuvent contenir 4 000 hectolitres, soit à l'embouteillage. Et c'est là qu'une petite révolution vient d'être déclarée.



Nicolas s'affaire sur la ligne de conditionnement en bouteilles.

Des machines flambant neuves aspirent les bouteilles vides sur leur tapis roulant pour les remplir, les étiqueter et les assembler en packs et en palettes. « Avec cette ligne automatisée, on est passé de 4000 bouteilles par heure à 8000 », clame Arnaud avec fierté. Depuis son installation dans la brasserie, en avril, les employés de Britt sont exaltés. Toute cette étape était jusque-là faite manuellement. Les frais engagés pour moderniser la brasserie sont conséquents (environ 350 000 euros en 2015, et près d'1,4 million pour 2016), mais l'entreprise ne compte pas s'arrêter en si bon chemin : « Le prochain objectif, d'ici deux ans, c'est de changer de locaux. »

Une fois mises en bouteilles et étiquetées, les bières artisanales (à l'exception de la Pils), patientent une semaine de plus dans la salle chaude, à une vingtaine de degrés, pour la prise de mousse. Elle aussi vient de s'agrandir en décembre 2015.

Séduire les tables étoilées

Réduire le nombre de recettes, pour produire plus et mieux. C'est l'objectif fixé par François Quellec. « On veut grandir, en gardant la même qualité », indique François Quellec, en présentant dans la salle de réunion les changements apportés au packaging depuis son arrivée. « Ce que l'on veut, c'est amener les gens, comme dans le Nord ou en région parisienne, à boire de la bière durant le repas. » Y compris sur les tables gastronomiques. Parmi les nouveautés, une Sant-Erwann vieillie en

barriques à whisky, en seulement 2000 bouteilles. « C'est un breuvage d'exception, qui peut remplacer le vin sur les belles tables étoilées finistériennes. Le but n'est pas de faire du volume, mais de se rapprocher le plus possible de la restauration », précise le P-DG de Britt.

Soirées gastronomiques, apéros en partenariat avec des marques de produits bretons... La brasserie multiplie les événements pour « faire de Britt la brasserie préférée des Bretons ».

Plusieurs de ses bières seront d'ailleurs présentes au Festival des Cornouailles, comme



elles l'ont été pour la fête de la Bretagne en mai. « Nous voulons être visibles et en profiter pour tester des choses », précise François Quellec. Y compris sur les réseaux sociaux. « On organise des concours sur Facebook, ainsi que des tables rondes afin de recueillir l'avis des consommateurs », explique Audrey Guyonvarch, en charge du marketing et de la communication. C'est d'ailleurs ce qui s'est passé pour la Dremmwel, dont le packaging un peu vieillot et chargé vient à son tour d'être épuré, après celui de Britt, en 2014. « Quand je les ai vues la première fois, j'ai eu du mal à reconnaître la cornemuse. Je voyais un jambon, ou tout autre chose. Mais pas un instrument. Quant au dragon, je ne l'avais même pas remarqué », se souvient François Quellec. Désormais, impossible de se tromper sur la nature de la cornemuse.

Et le dragon a disparu. Impensable toutefois pour la Britt de supprimer le macareux moine. « Il est historique », rappelle François Quellec. « C'est une référence au grand-père armoricain du fondateur de La brasserie de la Bretagne. » L'oiseau, tronqué de son corps, trônera donc encore de longues années sur les bouteilles de Britt, ainsi que sur les canettes, arrivées au printemps sur les étals des supermarchés. Comme pour ses étiquettes, le P-DG de Britt tente d'épurer sa brasserie. Au total, elle compte cinq marques de bières. L'Ar-men, bio, n'est pour l'heure vendue qu'en biocoops et magasins spécialisés. Certaines bières, comme la Celtika, ont même disparu de la gamme. Quitte à désarçonner certains habitués, venus sur place au bar de la brasserie pour la déguster.

Car la brasserie possède aussi son propre bar. Un endroit idéal pour tester des recettes et organiser des événements. Derrière le comptoir, Thomas sert de la Britt blanche et de la Sant-Erwann à la pression à quelques habitués, tout en faisant déguster les autres produits de la gamme à des clients de la boutique. Quelques tourets et canapés entourent la scène. « Chaque jeudi, on organise des concerts de groupes locaux », explique Thomas en essayant quelques verres. « On vient d'obtenir l'autorisation d'ouvrir le dimanche pour l'Euro et les Jeux Olympiques ». Une occasion de plus d'accroître la renommée du macareux chez les amateurs de bière bretons. ●

Pour en savoir plus : www.britt.fr



En boutique, Thomas sert une Britt à des clients.



Le bar accueille des concerts tous les jeudis.