

Profession éleveur de bières

Si la gastronomie liégeoise est connue pour sa potée, ses boulets, et ses gaufres, le rayon bières n'est pas en reste. Dans celui-ci, la Brasserie Coopérative Liégeoise se démarque tant par la qualité d'un produit qui fait parler de lui que par son modèle d'entreprise. Rencontre houblonnée avec Stany Herman, l'un des fondateurs de ce projet citoyen à haute valeur ajoutée.

Logée sur les hauteurs de Liège, la Brasserie Coopérative Liégeoise rentre dans le paysage brassicole il y a à peine cinq ans, commercialisant en avril 2017 sa première bière et l'égérie de sa marque : la Badjawe. « Nous avons fondé ce projet à une dizaine, avec la volonté de brasser des bières bios et de travailler avec des agriculteurs locaux, raconte Stany, gérant et responsable commercial. Dans ce secteur, les matières premières sont très souvent importées et c'est pour nous un réel enjeu : nous voulons travailler en circuit le plus court possible et stimuler la réapparition d'un savoir-faire agricole oublié en nos contrées. Nous avons d'ailleurs planté notre propre houblonnière à la Ferme à l'Arbre [ndlr : à Lantin, sur les hauteurs de Liège], fait unique en Wallonie. » BraCoLi affiche également le label « Prix juste producteur » qui garantit une rémunération équitable aux agriculteurs qui leur fournissent froment, orge et autres céréales.

Des casseroles aux cuves en inox blinquant, le pas n'a pourtant pas été que simple pour l'entreprise coopérative qui, d'entrée de jeu, suscite un réel engouement et réunit deux cents coopérateurs. « Un grand défi pour une micro-brasserie est de garantir une qualité continue de ses produits tout en pouvant gérer son changement d'échelle. Nous nous sommes vite rendus compte que nous avions vu trop petit et qu'il nous fallait réinvestir dans l'outil afin de maintenir un cap de croissance. » Interviennent alors Step Entreprendre, agence-conseil en économie sociale, pour la réalisation d'un nouveau plan financier ainsi que W. Alter, investisseur parapublic et précieux allié des acteurs de l'économie sociale. Il faut dire que le marché de la bière est plus que concurrentiel et que s'y faire une place est un réel challenge. « Nous nous positionnons sur le 100% bio,



que nous voulons réaliser à terme, ainsi que sur un circuit de distribution spécifique dont les acteurs [ndlr : petits magasins bios et/ou locaux] sont pour nous de réels partenaires. » Difficile à cet égard de ne pas évoquer les quelque quatre cents coopérateurs qui forment actuellement les premiers clients de la Brasserie. « Ils sont notre marché garanti, mais avant tout une force motrice pour la coopérative. » Ambassadeur de la marque, le coopérateur se révèle en effet d'une aide non négligeable, sollicité pour des événements, l'étiquetage ou le sous-tirage, ou encore le suivi de la houblonnière quatre à cinq fois l'an. « La gestion d'une coopérative entraîne un surcroît de travail mais apporte une telle plus-value sociale au projet que nous n'aurions pas pu l'envisager autrement. » Et ce n'est certainement pas la période covid qui fera démentir notre valeureux Liégeois, obligé de repenser sa stratégie commerciale tournée en temps normal vers l'horeca et l'événementiel, soit 70% du chiffre d'affaires. « Nous avons réagi en commercialisant plus rapidement que prévu des conditionnements 33cl, tout en renforçant notre présence dans notre réseau de

distribution. Et le consommateur a suivi : nos petites Badjaws ont connu le succès escompté, sans impacter les ventes de leurs grandes sœurs de 75 cl. »

Regardant l'avenir avec un optimisme mesuré, la Brasserie Coopérative Liégeoise entend maintenant asseoir son offre et étendre sa gamme, de quoi tendre vers une production de 1000 hectolitres à l'horizon 2022, à la grande fierté de ses co-éleveurs de bière. Santé !

Intéressé-e par une aventure collective et le coentrepreneuriat ?

Lancez-vous avec Step Entreprendre !

www.stepentreprendre.be

Plus d'infos sur le coentrepreneuriat :

www.coentreprendre.be

step entreprendre
L'ambassadeur

