

En 2022, les brasseurs ont pu doucement sortir la tête de l'eau

Le covid n'a pas enlevé au Belge son goût de la bière. Après une période compliquée, les grands brasseurs belges ont retrouvé petit à petit des volumes de vente similaires à ceux d'avant la pandémie.

Article réservé aux abonnés



La reprise des ventes de bière est plus forte dans les supermarchés que dans l'Horeca. - Pierre-Yves Thienpont



Par ALEXANDRE NOPPE (st.)

Publié le 2/03/2023 à 19:55 | Temps de lecture: 4 min

Les résultats annuels du groupe belgo-brésilien AB InBev ont rassuré tout le secteur de la bière. Le leader mondial a annoncé des résultats en hausse pour 2022. Le brasseur de Jupiler, Stella Artois ou Leffe affiche une augmentation de bénéfice de 13 % en un an. Et l'autre géant de la mousse, le néerlandais Heineken, a aussi dévoilé de bons résultats annuels – bénéfice net en hausse de 30 %. La tendance est au retour à l'avant-crise sanitaire, autant sur le marché belge que mondial. Du côté d'AB InBev, on assure que les ventes en magasin ont retrouvé le niveau de 2019. Chez Alken-Maes (filiale d'Heineken), on affiche même une croissance à deux chiffres dans le commerce de détail. « Nous assistons en effet à une normalisation des ventes de toutes les bières », confirme Ine Tassignon, porte-parole de Delhaize. « Les mesures covid sont derrière nous, ce qui a un impact positif sur nos volumes écoulés ».

Pour Krishan Maudgal, président de la Fédération des brasseurs belges, ce constat devrait s'étendre à l'ensemble du secteur en Belgique. « Les premières tendances pour l'ensemble de 2022 montrent que l'on devrait atteindre un volume très proche de celui de 2019 (il s'était écoulé 7,065 millions d'hectolitres sur le marché

belge, NDLR), ce qui est plutôt satisfaisant », indique-t-il. « La belle évolution de 2021 (6,452 millions d'hectolitres, NDLR), après l'année catastrophe en 2020 (5,75 millions d'hectolitres, NDLR), semble se confirmer ».

Le retail plus fort que l'horeca

Si la vente en supermarchés a largement retrouvé ses volumes habituels, l'horeca garde un petit retard. « Certains restaurants sont parfois restés fermés, ou ont dû réduire leurs jours d'ouverture par semaine à cause du manque de personnel », détaille le patron des brasseurs. Sebastiaan De Meester, porte-parole d'Alken-Maes, abonde en ce sens. « Nos résultats dans l'horeca en 2022 sont légèrement inférieurs à ceux de 2019, probablement parce qu'il y avait encore des mesures strictes dans le secteur au cours des premiers mois de l'année », confirme-t-il.

A Bruxelles, le retour du terrain est meilleur que pour le reste de la Belgique. « La fréquentation a été très bonne », explique Frederick Da Soghe, vice-président de la fédération horeca Bruxelles. « En volume de bière, nous avons retrouvé le niveau pré-covid, voire mieux pour certains quartiers de l'hypercentre ».

Des perspectives en demi-teinte pour 2023

Dernier point positif au tableau, le retour des festivals cet été. AB InBev y a dopé son résultat estival. De quoi conclure que tout va pour le mieux dans le secteur brassicole ? Pas forcément... Les premières tendances pour 2023 appellent à la prudence. « Nous avons en effet eu une reprise très forte après le covid, mais les premiers mois de 2023 sont assez mauvais, si l'on fait exception des journées de Carnaval », déclare Luc Marchal, président d'Horeca Wallonie. « Je crains que les consommateurs se restreignent à cause de l'inflation. Les augmentations constantes des prix ont un fort impact. Pourtant, les cafetiers ne répercutent pas l'ensemble de l'augmentation sur le client ».

Ine Tassignon rappelle aussi l'importance du Dry January et de la Tournée minérale en février, qui font mécaniquement baisser les ventes de boissons alcoolisées dans les grandes surfaces chaque début d'année. Ce commencement de 2023 en demi-teinte amène également le groupe belge Duvel Moorgat à rester sur ses gardes. « On a comme tout le monde constaté une évolution positive depuis la fin de la pandémie », indique le brasseur. « Mais avec les récentes augmentations de prix, nous ressentons un coup de frein de la part du consommateur ».

Heureusement, « la météo pour aller boire une bière en terrasse doit encore arriver ! », veut-on rassurer du côté du groupe qui possède les bières Chouffe et Vedett.