

# Chimay bouscule le monde des trappistes avec ses bières en canette

■ Le but est de conquérir de nouveaux consommateurs, dans l'attente d'une 0,0% ?

C'est une "mini-révolution", reconnaît Pierre-Louis Dhaeyer, directeur général de Bières et Fromages de Chimay. Et pour cause: trois bières trappistes brassées à l'Abbaye de Scourmont sont dès à présent proposées en canette. "Nous sommes la première brasserie trappiste à franchir le pas. Il faut parfois prendre des risques."

La démarche a été mûrement réfléchie et s'inscrit dans le cadre d'une évolution de la consommation vers les bières en canette. "Cette innovation, c'est clairement pour aller chercher une clientèle plus jeune, plus nomade."

Trois trappistes ont été retenues pour l'offre en canette. "La Dorée et la Rouge sont plutôt des bières pour se désaltérer. La Triple parce qu'elle existait déjà pour le marché américain. Nous ne proposerons pas la Verte et la Bleue en canette, car elles sont pour moi des bières de dégustation".

Surtout, les trappistes en canette vont agréablement surprendre les amateurs des bières de Chimay. "Elles sont refermentées en canette, ce qui nous permet de rester vraiment dans notre ADN", souligne Pierre-Louis Dhaeyer.

Ce n'est pas toujours le cas pour ce type de conditionnement: une pasteurisation peut avoir lieu pour éviter une seconde fermentation spontanée.

## Proche de la bière au fût

Du coup, "nous sommes plutôt extrêmement proches du fût que de la bouteille. Cela va plaire aux consommateurs qui aiment la bière en fût et qui pourront avoir cette expérience à la maison, soit des jeunes qui ne connaissent peut-être pas la Chimay en bouteille."

Le résultat est bluffant, selon le directeur général. "Nous avons des fans de la première heure en Italie regroupés dans le Club Chimay. Nous leur avons fait goûter une Triple en canette. Ils étaient tous persuadés que nous leur avions servi une Triple au fût. Quand nous leur avons dit que c'était de la Triple en canette, ils sont tombés de leur chaise".

"La canette a des propriétés qui sont favorables par rapport à la bou-



La Chimay Triple est désormais proposée sur le marché belge.

teille. Les rayons UV ne pénètrent pas la canette alors que la bière en bouteille se dégrade à la lumière. La saturation est mieux préservée. La canette est 100% recyclable et offre aussi un avantage sur le plan logistique: on met 30% de canettes en plus sur une palette et le poids est bien moindre."

## Cannibalisation ?

Autant d'éléments qui font de la nouvelle canette offre une proposition séduisante. De quoi passer de la bouteille à la canette? "Cela m'arrangerait que les consommateurs en bouteille ne se tournent pas vers la canette, sinon je serai face une forme de cannibalisation qui ne m'intéresse pas. Je veux aller chercher un nouveau public, ceux qui ne connaissent pas encore les bières de Chimay."

Avec quelle ambition? "On ne s'est pas fixé d'objectif de volume de ventes", assure Pierre-Louis Dhaeyer. Il espère atteindre les 10 000 hectolitres dans les deux ans, à comparer avec une production de 170 000 hectolitres en 2024. Lorsque ce ni-

veau sera atteint, la mise en canette, actuellement effectuée chez des partenaires, sera relocalisée à Chimay après investissement.

La canette n'est toutefois pas la seule nouveauté. Début juin, une Chimay 175 était dévoilée pour célébrer le 175<sup>e</sup> anniversaire de l'Abbaye de Scourmont. Elle n'est toutefois disponible que dans l'Horeca. "C'est une manière de soutenir l'Horeca en leur proposant un produit exclusif. C'est une bière à 6,5% de degré d'alcool, facile à boire, qui a pour but de renouveler un peu notre base clientèle."

Elle vient s'intercaler entre la Dorée (4,8%) et la Triple (8%) dans la gamme des blondes. "Un degré d'alcool de 6,5%, c'est le cœur du marché", où l'on retrouve les Leffe et autre Grimbergen, constate-t-il. De

quoi être également présent dans ce segment, mais de manière ponctuelle pour l'instant. "Tous les fûts ont été vendus."

## La 175 comme la 150 ?

En 2012, une Chimay 150 avait été commercialisée pour les 150

ans de la brasserie, là aussi en édition limitée. Elle fait partie de l'offre permanente depuis 2021, sous le nom de Chimay Verte. La 175 pourrait-elle s'en inspirer? "Si elle rencontre le succès, ce serait dommage de s'en priver."

La 175 permet aussi de répondre à l'effritement de la consommation des bières brunes. "Or, nous sommes principalement une brasserie de brunes: la Bleue et la Rouge représentent presque 60% de nos volumes."

Au-delà des canettes, l'autre tendance du marché est la bière sans alcool. "La bière 0,0%, c'est aussi une tendance lourde. Allons-nous en proposer? Cela fait deux ans que nous y travaillons. C'est un marché qui est en croissance, ce serait idiot de ne pas s'y intéresser. Mais est-ce notre ADN? Nous devons faire très attention. L'image des bières trappistes, ce sont des bières fortes. Avec une 0,0%, ne sommes-nous pas trop loin de notre ADN?", s'interroge Pierre-Louis Dhaeyer.

"Avec une bière sans alcool, il y a très peu de sucre résiduel. Il faudra, donc, rajouter plein de sucre et des épices. Retrouvera-t-on le goût Chimay? Je n'en suis pas sûr." Chimay ne franchira pas le pas, en tout cas, avant d'avoir un produit parfait.

Patrick Dath-Delcambe



Pierre-Louis Dhaeyer  
Directeur général