

# LES LANCEMENTS LES PLUS FARFELUS DANS LE MONDE

Le cabinet XTC décrypte pour Rayon Boissons les nouveautés observées sur les bières à l'international. Une illustration du bouillonnement d'innovations qui agite le secteur au-delà de nos frontières.

### DES INGRÉDIENTS INNOVANTS

A l'image des brasseries françaises, nombre de fabricants étrangers s'aventurent à utiliser des ingrédients sortant de l'ordinaire. C'est le cas de la brasserie suisse BFM qui additionne de pruneaux et de clous de girofle sa bière artisanale. Obolon en Ukraine marie sa bière avec un sirop de framboise et de cerise. Aux États-Unis, Duclaw Brewing Company mise, lui, sur du chocolat et du beurre de cacahuète. Enfin, l'ingrédient le plus étonnant nous vient certainement de la microbrasserie américaine Dock Street Brewing, qui a entrepris de brasser une bière à la cervelle de chèvre grillée!

### DES FABRICATIONS D'EXCEPTION

Au-delà des ingrédients, certaines brasseries mettent en avant le procédé même de fabrication de leur bière, qui peut s'avérer tout aussi étonnant. C'est le cas de la Paix-Dieu, bière belge brassée uniquement les nuits de pleine lune par la brasserie Caulier. La Space Barley proposée par le Japonais Sapporo Breweries est encore plus surprenante. L'orge qu'elle utilise a été produit dans la station spatiale internationale. Enfin, certaines bières sont le fruit de véritables expérimentations industrielles. C'est le cas de la Tactical Nuclear Penguin de l'Écossais Brewdog qui titre 32° après un vieillissement de

quatorze mois dans deux fûts différenciés et une phase de surgélation.

### DES TECHNOLOGIES INÉDITES

Le digital est encore peu exploité par les industriels de l'agroalimentaire alors que son potentiel apparaît infini. En Amérique du Sud, deux marques de bières s'y sont essayées. Polar Beer, au Venezuela, a lancé l'Anulador de Celular, un étui maintenant la bouteille au frais tout en brouillant les ondes de communication dans un proche périmètre. Objectif: préserver la conversation des consommateurs des nuisances provoquées par les smartphones! Quant à Andes, en Argentine, elle propose à ses consommateurs d'utiliser ses bouteilles pour transmettre, via un QR code, un message à leurs proches.

### UN POSITIONNEMENT MARKETING DÉCALÉ

Enfin, l'innovation n'est pas que technique mais peut provenir d'un positionnement marketing particulier. La Rocket Brewing Company lance ainsi une bière pour optimiser les séances de brainstorming. Avec une argumentation qui ne passerait évidemment pas en France. Le brasseur danois explique en effet que le pic de créativité d'une personne survient lorsque son taux d'alcoolémie atteint un certain niveau. Une échelle sur la bouteille permet au consommateur de déterminer, selon son sexe et sa masse corporelle, la juste quantité de bière nécessaire pour y arriver. C'est qu'il en faut, de la créativité, pour imaginer les bières, même les plus improbables, de demain!

J.B. AVEC XAVIER PILLOY (XTC) © DR

## QUATRE EXEMPLES D'INNOVATIONS

XTC  
world innovation

1



### CERVELLE DE CHÈVRE

► En hommage à leur série TV favorite, « The Walking Dead », les propriétaires du pub-brasserie Dock Street Brewing, à Philadelphie aux États-Unis, ont brassé une bière avec de la cervelle de chèvre grillée et du jus de cranberries. De quoi faire tourner la tête aux amateurs de zombies.

2



### UNE BIÈRE À 32°

► Brewdog a réussi à présenter une bière titrant 32°: la Tactical Nuclear Penguin. Pour cela, le brasseur écossais est passé par une phase de surgélation lui permettant d'éliminer de l'eau, celle-ci gelant avant l'alcool. Le produit n'a pas manqué de faire polémique. Mais le buzz était assuré.

3



### VOUS AVEZ UN MESSAGE

► La bière argentine Andes, disposant d'un QR code, permet à n'importe qui d'enregistrer un message vidéo grâce à une application et de le transmettre via cette canette à une personne qui peut le lire sur son smartphone. Plus fiable qu'une bouteille à la mer...

4

### SEPT DEGRÉS DE RÉFLEXION

► Le brasseur danois Rocket Brewing Company a créé The Problem Solver: une bière titrant 7,1° délivrant à ses consommateurs, en fonction de leur sexe et de leur masse corporelle, la quantité d'alcool idéale pour atteindre leur pic de créativité.

