

**L'ÉVOLUTION
DE LA CONCENTRATION DANS
L'INDUSTRIE DE LA BRASSERIE
EN FRANCE**

La présente étude a été rédigée dans le cadre de la mise en œuvre d'un programme général d'études sectorielles qui doivent permettre à la Commission, grâce à une connaissance approfondie de la structure des principales branches économiques, et à une étude empirique de la concentration en chacune d'elles, de mener adéquatement sa politique de la concurrence.

Cette étude s'intègre dans un ensemble de rapports dont le premier – consacré à l'analyse de l'évolution de la concentration dans l'industrie agro-alimentaire en France (sans l'industrie des boissons) – est terminé et a été publié.

Dans l'étude de l'industrie des boissons qui fait l'objet des rapports suivants, le secteur de la *brasserie en France* a été analysé séparément et fait l'objet de la présente publication. L'étude de l'industrie des boissons se poursuit actuellement par l'analyse du sous-secteur des boissons alcoolisées et celui des boissons non alcoolisées.

L'ÉVOLUTION
DE LA CONCENTRATION DANS
L'INDUSTRIE DE LA BRASSERIE
EN FRANCE

par D. Boulet et J. P. La Porte,
sous la responsabilité de J.-L. Rastoin,
IAM et INRA – Montpellier

Octobre 1975

P R E F A C E

Le présent volume fait partie d'une série d'études sectorielles sur l'évolution de la concentration dans les différents pays membres de la Communauté européenne.

Les rapports ont été établis par les différents Instituts et experts nationaux, chargés par la Commission de réaliser le programme d'études sectorielles en question.

Compte tenu de l'intérêt spécifique et général de ces rapports et des engagements pris par la Commission à l'égard du Parlement européen, ils sont publiés intégralement dans leur version originale.

A ce sujet, la Commission s'abstient de tout commentaire, en se bornant à préciser que la responsabilité des données et des opinions figurant dans chaque rapport incombe exclusivement à l'Institut ou expert qui en est l'Auteur.

Au fur et à mesure que d'autres rapports en exécution du programme sectoriel encore en cours seront livrés à la Commission, ils seront également publiés.

La Commission publiera également une série de documents et de tableaux de synthèse, afin de donner quelques indications permettant des comparaisons internationales sur l'évolution de la concentration dans les différents pays membres de la Communauté.

A V A N T - P R O P O S

Ce rapport a été effectué dans le cadre du programme de recherche de la Direction Générale de la Concurrence de la Commission des Communautés Européennes de Bruxelles.

Il prend place dans une étude générale confiée à l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier et à laquelle a été associé le Laboratoire d'Economie Rurale - I.N.R.A. de l'ECOLE NATIONALE SUPERIEURE AGRONOMIQUE DE MONTPELLIER.

Cette étude comporte deux volets :

- Le premier, publié en Mars 1975, a porté sur l'évolution de la concentration dans l'industrie agro-alimentaire en France sur la période 1968 - 1972, avec des considérations générales jusqu'en 1974 (I.A.A. sans l'industrie des boissons).

- Le second concerne l'industrie des boissons en France (période 1968 - 1972, avec des considérations qualitatives jusqu'en 1975).

Ce volet se rapporte à différents sous-secteurs :

- . Brasserie, qui fait l'objet du présent rapport,
- . Boissons alcoolisées (spiritueux et champagne),
- . Boissons non alcoolisées,
- . Le dernier rapport constituera une synthèse sur l'ensemble de l'industrie des boissons.

Par ailleurs seront également publiés les tableaux statistiques et économétriques d'étude de la concentration dans les différents secteurs et sous-secteurs étudiés.

J.L. RASTOIN
Responsable du Programme

TABLE DES MATIERES

LA BRASSERIE

	Pages
<u>Chapitre préliminaire</u> : Présentation du secteur	1
I. Champ d'analyse	1
II. Importance de la brasserie dans les boissons et les IAA	2
1°) Le secteur	2
2°) la branche	3
<u>Chapitre I</u> : Les produits	4
I. Historique	4
II. Définition	4
III. Caractéristiques de consommation	6
IV. Technologie	9
<u>Chapitre II</u> : Les flux	12
I. L'offre	12
1°) Fabrication de bière française	12
2°) Les importations	16
II. La demande	19
1°) La demande interne	19
a) Place de la bière dans l'ensemble des boissons	19
b) La structure de la demande	20
2°) Les exportations	25
III. Bilan du marché français de la bière	27
<u>Chapitre III</u> : Les prix	29
<u>Chapitre IV</u> : Les entreprises	33
I. Structure du secteur	33
1°) Données globales	33
2°) Répartition des entreprises selon la taille	34
3°) Implantation géographique des usines	38
<u>Chapitre V</u> : Analyse quantitative de la concentration et de la concurrence	42
I. Mesure de la concentration : les courbes structurelles de l'index	42
1°) La concentration des structures	50
a) En 1968	50
b) En 1972	51
2°) La concentration des résultats	52
a) En 1968	52
b) En 1972	53
II. Analyse hiérarchique de la concentration	53

III. Analyse dynamique de la concentration et de la concurrence : l'évolution de la synthèse compensatoire	54
1°) Evolution des structures	55
2°) Dynamique de la concurrence	55
3°) Le baromètre concurrentiel	56
4°) Evolution de la synthèse compensatoire pour le cash-flow	57
a) Evolution de la répartition du cash-flow	57
b) Dynamique de la concurrence	57
c) Le baromètre concurrentiel	58
<u>Chapitre VI</u> : Analyse qualitative de la concentration et de la concurrence	59
I. Les étapes de la restructuration	59
1°) Le groupe BSN	59
2°) Le groupe Union de Brasseries	64
3°) Le groupe Alsacienne de Brasserie	66
4°) La Brasserie Pelforth	68
5°) Le groupe Motte-Cordonnier	69
II. Les axes de la restructuration	70
1°) Le processus de croissance externe	70
a) La croissance externe dite horizontale	70
b) La croissance externe conglomérale	73
c) La croissance externe par internationalisation des capitaux	74
d) La croissance externe verticale	75
1- Intégration vers l'aval	75
2- Intégration vers l'amont	79
2°) La réorganisation des structures	79
III. Données synthétiques sur l'évolution de la concentration et de la concurrence	82
<u>CONCLUSION</u> :	86
<u>ANNEXES</u> :	87
I. Données générales sur les boissons (tableaux I à VII)	
II. Organigrammes financiers des principaux groupes brassicoles français	

CHAPITRE PRELIMINAIRE : PRESENTATION DU SECTEUR

La Brasserie, industrie fabricant la bière, est répertoriée par l'I N S E E sous le numéro 425-01 de la Nomenclature des Activités Economiques.

Les enquêtes annuelles du SCEES sur les Industries Agricoles et Ali- de situer l'activité de la Brasserie dans l'ensemble des I.A.A.

I - Champs d'analyse

Nous considérerons, dans ce qui suit, le secteur comme champ d'analyse.

Les tableaux I et II donnent le degré de représentativité du secteur par rapport à l'activité brasserie. (cf annexes)

Le tableau ci-après résume ces données :

	1968	1971
Part de l'activité totale (branche) réalisée dans le secteur	99,2	99,7
Importance de l'activité brasserie dans le secteur	90,8	89,5

On constate que l'activité de la brasserie est presque totalement assurée par les seules entreprises du secteur de la Brasserie. En les étudiant, on est donc certain de " couvrir " l'ensemble de cette activité.

Par contre, une certaine diversification des activités existe dans les entreprises du secteur de la Brasserie. Environ 10 % de leur chiffre d'affaires résulte d'une autre activité que celle de la brasserie. Il s'agit, en l'occurrence de la fabrication de boissons gazeuses et de sirops (activités 429-2 et 429-3 de la N.A.E.).

Il convient de remarquer que cette diversification a beaucoup plus d'impact pour cette dernière activité que pour le secteur de la Brasserie lui-même, puisque en 1971, 21,2 % de l'activité " Boissons gazeuses-Sirops " sont concentrés dans le secteur de la Brasserie.

Signalons enfin que la diversification dans le secteur de la " Brasserie " semble s'intensifier, puisque la part des branches secondaires (c'est à dire essentiellement l'activité boissons gazeuses) s'est accrue de plus d'un point entre 1968 et 1971.

- Importance de la Brasserie dans les Boissons et les IAA.

La situation de la Brasserie est résumée ci-dessous :

Le secteur

Part du secteur de la Brasserie

		Dans l'ensemble des boissons.-		Dans l'ensemble des I.A.A.	
		1968	1971	1968	1971
Entreprises	Nombres	86	57	86	57
	%	12,8	11,1	1,16	1,22
Facturations	Francs	1.452.645	1.926.596	1.452.645	1.926.596
	%	21,5	19,3	2,72	2,69

La Brasserie représente :

- dans l'ensemble des boissons :

- .- 11 % des entreprises et 20 % des facturations en moyenne,
- .- les parts diminuent de 1968 à 1971
- .- la dimension moyenne des entreprises de la brasserie est deux fois plus grande que pour l'ensemble des boissons,

- dans l'ensemble des I.A.A. :

- .- 1,2 % des entreprises et 2,7 % de la facturation, en moyenne,
- .- la part des entreprises augmente, celle des facturations diminue, ce qui tend à prouver que le rythme de la concentration des entreprises est plus lent dans ce secteur que dans l'ensemble des I.A.A.

En fait, la concentration financière par croissance externe étant très intense dans la Brasserie, et n'étant que partiellement reflétée par l'enquête du SCEES (qui prend en compte les entreprises et non les groupes), il convient de ne pas tirer de conclusions trop tranchées du tableau précédent.

2 - La branche

La situation de la branche " Brasserie " est résumée ci-dessus, d'après le tableau IV. (en annexe)

		Dans l'ensemble des boissons		Dans l'ensemble des IAA	
		1968	1971	1968	1971
Unités d'activité					
	Nombre	104	63	104	63
	%	7,8	7,0	1,04	0,91
Facturations	Francs	1.328.804	1.728.341	1.328.804	1.728.341
	%	20,0	17,7	2,50	2,41

Dans l'ensemble les remarques faites à propos de l'approche par le secteur sont valables pour la branche.

CHAPITRE I - LES PRODUITS

I - Historique

La fabrication d'une boisson faiblement alcoolisée, à partir de la fermentation de céréale avec addition d'eau est connue, semble-t-il, depuis la plus haute Antiquité : 4000 à 6000 ans av. J.C.

Au Moyen Age, les couvents et monastères étaient, bien souvent, des centres brassicoles, dont on encourageait les recherches pour l'amélioration des techniques de production.

Le caractère industriel de la production brassicole est apparu au XIX^e Siècle, grâce à deux innovations : la mise au point des techniques de réfrigération et le contrôle scientifique des fermentations.

Actuellement, la bière est, au niveau mondial, la troisième boisson la plus répandue, après l'eau et le thé.

II - Définition

Sa définition est variable selon les pays. Sur le plan européen une normalisation des législations nationales est en cours (directive du Conseil des Ministres publiée au J.O des Communautés, le 15 août 1970). Cette normalisation devrait être totale au 1er janvier 1986.

Il en résulte que dans le cadre de la C E E " la bière est une boisson obtenue par la fermentation alcoolique d'un moût préparé à partir de matières premières amylacées ou sucrées, de houblon (y compris les poudres et extraits de houblon) de levure et d'eau potable.

Les matières amylacées ou sucrées comprennent outre le malt d'orge ou le malt de froment, et dans la limite de 30 % du poids total des matières premières amylacées ou sucrées mises en oeuvre : froment, maïs, riz, orge, sous leurs différentes formes autres que le malt, sucre inverti, dextrose, sirop de glucose.

Sous le terme générique de bière existent plusieurs produits, correspondant à différentes techniques de fabrication, et différentes caractéristiques organoleptiques.

. La première classification distingue les bières brunes des bières blondes,

. la seconde établit quatre catégories de bières selon le degré densimétrique du moût ou le degré alcoolique du produit final.

Plusieurs échelles de mesures sont utilisées, dont la correspondance est la suivante :

Type de bière	Catégorie Régie	Degré Régie	Degré plato	Degré alcoolique de la bière (en ml/100 ml)	
				atténua- tion à 70%	atténua- tion à 75%
- petite bière	1°2	1° à 1°2	2°6 à 3°1	1,00	1,20
- bière de table	2°	2° à 2°2	5°1 à 5°6	2,08	2,24
- bière bock	3°5	3°3 à 3°9	8°3 à 9°7	3,31	3,54
- bière de luxe	5°	4°4 à 5°4	11° et +	4,74	5,07

- Le degré Régie correspond à la densité en extrait sec du moût avant fermentation. On l'exprime soit en degré régie par lecture directe du densimètre (densité 1,035 = 3°5 degré-régie), soit en pourcentage d'extrait, en poids (3°5 Régie = 8,97 % d'extrait poids).

Chaque catégorie légale de bière est exprimée par un seul degré Régie, mais elle correspond à des bières dont le degré régie est compris à l'intérieur d'une fourchette (ex. bière bock, catégorie 3°5 Régie, dont le degré réel varie entre 3°3 et 3°9 régie.

- Le degré plato mesure aussi la teneur en extrait sec original, selon une autre échelle densimétrique que le degré régie.

- Le degré alcoolique réel de la bière, après fermentation est, pour un même type de bière, variable selon que l'extrait sec original a plus ou moins complètement été transformé en alcool et gaz carbonique. L'atténuation (diminution de l'extrait) peut être forte (un même moût donne plus d'alcool et moins d'extrait) ou faible (moins d'alcool et plus d'extrait).

En outre, il existe deux autres catégories de bière, n'entrant pas dans les types définis par la législation :

- bières dites " Spéciales " de 5°5 et plus d'alcool réel (de fabrication étrangère),
- bière sans alcool, qui n'est pas, au sens strict, de la bière.

Cette distinction entre les différentes catégories de bière est fondamentale pour l'analyse économique de ce secteur d'activité car (comme dans le cas du vin), à chaque type de produit correspondent des natures de consommation, des structures de production et de distribution et, plus généralement, des caractéristiques de marchés, sensiblement différentes.

III - Caractéristiques de consommation

Selon le Secrétaire Général de l'Union Générale de la Brasserie Française (1), la bière est de plus en plus un produit de luxe, ou plus exactement un indicateur de niveau de vie.

" Elle est alcoolisée, mais peu. Elle est le produit de matières agricoles naturelles et d'une transformation par fermentation naturelle aussi. Partout où elle s'est implantée, c'est à dire dans les pays précédemment non consommateurs, elle s'est substituée à l'eau parfois douteuse ; elle est préférée à d'autres boissons moins ou plus alcoolisées, précisément grâce à sa modération en ce domaine, Son goût franc, légèrement amer paraît convenir à tous et n'entraîne pas la satiété ".

En fait, il existe deux types de consommation assez distincts, de la bière :

- la bière, boisson d'accompagnement des repas
- la bière, boisson d'agrément, en dehors des repas.

Dans le premier cas, la bière est une boisson traditionnelle dans des pays ou des régions où elle est considérée comme la boisson de base : Allemagne Fédérale, Belgique, Luxembourg, Tchécoslovaquie, Nord de la France.

(1) Alimentation n° 23 - février 1974.

Dans le second cas, il s'agit d'une boisson moderne s'implantant dans presque tous les pays (à l'exception des pays musulmans).

Dans les caractéristiques de consommation, il convient de souligner la perception qu'ont les consommateurs des différentes catégories de bières selon le marché sur lequel ils l'achètent.

- Sur le marché de la consommation à domicile, et compte tenu du développement du libre-service et des grandes surfaces, le consommateur est soumis pour la formation de sa décision d'achats, à un certain nombre de facteurs d'information, qui ne recoupent que partiellement les catégories définies précédemment :

. les catégories : bière de table, bière bock, bière de luxe ne sont pas directement perceptibles par le consommateur, puisque non inscrites sur les récipients ni les emballages, notamment pour les bières de luxe,

.. le degré d'alcool, en particulier, n'est pas connu,

... le prix est, apparemment, une variable bien connue par le consommateur, notamment en grandes surfaces. En fait, le calcul du prix par unité de volume n'est pas toujours aisé, en raison de la multiplication des formes de conditionnement (packs contenant un nombre variable de bouteilles, volume variable des bouteilles : 25 cl, 28 cl, 33 cl ...),

.... Le type de conditionnement devient un critère d'achat important : le conditionnement en bouteilles de 33 cl, puis de 25 cl est un bon critère d'appel pour le produit, car il fournit un service adapté à l'évolution du mode de vie l'unité de consommation individuelle.

La présentation en packs contenant un nombre de plus en plus élevé de bouteilles (de 3 à 12) est une technique de marketing qui paraît assurer une bonne promotion des ventes.

..... La marque commerciale reste, sans doute, la variable qui synthétise le plus " l'image de marque " que le consommateur se fait du produit.

- Sur le marché de la consommation hors domicile (cafés, restaurants), l'information du consommateur est nettement plus réduite. Son choix est généralement effectué en fonction de la connaissance de trois variables :

- . Bière blonde ou bière brune
- .. Bière à la pression ou bière en bouteille
- ... Bière française ou bière étrangère.

Il est relativement fréquent, en consommation au café, que soit servie la bière étrangère en bouteille, dans la mesure où le client ne précise pas la catégorie qu'il désire.

En effet, (cf. infra) les marges commerciales sur les bières étrangères étant supérieures à celles des bières françaises, leur promotion est plus facile.

Pour terminer, il est intéressant d'indiquer l'opinion des distributeurs en moyennes et grandes surfaces, à l'égard du rayon " Bières ".

Cette opinion résulte d'une enquête réalisée, au niveau national, auprès de 32 magasins (10 supérettes, 14 supermarchés, 8 hypermarchés). Elle a été publiée par la revue " Points de vente " (n° 119 juin 1973).

Thèmes	Opinions
Est-ce un produit rentable ?	" On gagne peu, mais c'est un article d'appel qui a une très bonne rotation "
Est-ce un article de bagarre ?	Oui pour 20 magasins sur les 32 interrogés. La bière n'est considérée comme " offensive " que lorsqu'elle est conditionnée en paks de 3 ou 6.
Point favorable du rayon	Bonne rotation
Points défavorables du rayon	Globalement : fragilité des conditionnements Bière en litre : <ul style="list-style-type: none"> . consigne . mauvaise qualité de certaines marques.
Les meilleurs appuis	Meilleures aides à la vente : <ul style="list-style-type: none"> . fête de gondole . réductions de prix . ventes-animations
Avenir du rayon	23 des magasins interrogés le voient en progression 5 le voient stable 4 ne se prononcent pas.
A quelles conditions ce rayon peut-il se développer à court terme ?	" Si la qualité des lers prix reste honnête " " grâce aux efforts des fournisseurs en ce qui concerne les nouvelles présentations " " A cause des prix inabordables des autres boissons "

Il ressort assez nettement de ce tableau que la qualité n'est pas le critère déterminant des problèmes de commercialisation de la bière en moyennes et grandes surfaces.

L'analyse des flux de production et de consommation permettra de préciser la dynamique propre à chacune de ces catégories de produits, et de caractériser le cadre d'activité des entreprises.

Auparavant, il convient d'indiquer les principales données technologiques de l'industrie brassicole.

IV - Technologie

Depuis la mise en oeuvre de procédés industriels au XIX^e siècle, le progrès technique intervient surtout à trois niveaux :

- + la modification des processus de fabrication
 - traitement en continu
 - automation
 - remplacement du maltage (processus biologique de germination) par un processus chimique (diastases)
 - remplacement de la pasteurisation par filtrage et adjonction d'additifs.
- La modification des techniques de conditionnement (cf. tableau I)
 - passage du verre consigné au verre perdu
 - pour la vente en café, passage des fûts en bois, aux fûts en acier inoxydable ou en stratifié,
 - diversification de la contenance des récipients : 25 cl, 28 cl, 33 cl, 50 cl, 70 cl, 1 litre (la législation européenne n'entrera en vigueur que le 1/1/1986,
 - la présentation en boîtes qui couvre 50 % du marché aux Etats Unis n'en représente que 0,4 % en France,
 - le conditionnement plastique qui pose des problèmes techniques en raison de la température de pasteurisation (70° C) risque d'être freiné aussi par le recul général actuel du plastique pour les boissons alcoolisées,
- + la modification de la qualité des produits : elle concerne plus

Tableau 1

Evolution du conditionnement des bières françaises entre 1970 et 1973

Catégories	Années	Fûts	cl- ternes	25 cl	33 cl	50 cl	65 cl	75 cl	100 cl	Boîtes	Total %	Ensemble volume	%
Densité de 4°4 et au-dessus	1970	24,6	0,4	23,3	18,7	1,5	2,2	9,0	19,6	0,6	100	13 621 872	67,3
	1973	22,4	0,2	23,6	25,8	1,4	1,4	7,5	17,1	0,6	100	15 993 493	72,1
Densité inférieure à 4°4	1970	0,2	0,6	0,9	3,4	0,3	-	0,2	94,3		100	6 633 322	32,7
	1973	0,2	0,9	1,5	4,6	0,2	-	0,4	93,3		100	6 200 739	27,9
Ensemble des bières	1970	16,4	0,5	15,8	13,6	1,1	1,5	6,1	45,6	0,4	100	20 255 194	100
	1973	16,2	0,4	17,4	19,9	1,1	1,0	5,5	38,1	0,4	100	22 194 232	100
Emballages consignés	1970	17,7	0,5	16,5	7,9	1,0	1,3	6,7	48,5	-	100	18 561 841	91,6
	1973	19,5	0,5	18,4	8,0	0,9	1,1	6,5	45,1	-	100	18 448 115	83,1
Emballages perdus	1970	0,2	-	9,4	75,1	2,0	3,2	-	3,3	4,8	100	1 693 353	8,4
	1973	0,2	-	12,2	78,2	1,6	0,7	1,1	3,5	2,5	100	3 746 117	16,9
												20 255 194	100
												22 194 232	100

Source : Revue BIOS

les qualités bactériologiques et la bonne conservation, que les qualités organoleptiques ou la recherche de produits nouveaux.

De façon plus générale, les investissements s'orientent vers les gains de productivité et la mise en oeuvre des économies d'échelle dans le but de réduire la part des charges fixes par unité produite.

CHAPITRE II - LES FLUX

I - L'offre

1°) Fabrication de la bière française

Le tableau 2 et le graphique 1 retracent l'évolution des quantités de bières fabriquées en France depuis le début du siècle.

On peut en retenir les indications suivantes :

- Estimée à 15 millions d'hectolitres environ au début du siècle, la production française de bière a stagné à ce niveau jusqu'au début des années 50, en raison des deux guerres mondiales (chute très nette de la production entre 1915-1920 et entre 1940-1954).

- A partir de 1955, année de la reprise de la production à un niveau comparable à celui de 1900, et jusqu'à nos jours, la tendance est assez nettement croissante. Elle correspond, approximativement, à un doublement des volumes produits, en 20 ans (1955 = 100 ; 1973 = 181).

- Pour cette période il convient de noter que la croissance de la production s'est réalisée plus par paliers que par accroissement continu. En particulier, entre 1963 et 1964, le volume des fabrications s'est accru brutalement de 2 millions d'hectolitres environ. L'explication de ce phénomène sera à rechercher dans les conditions de la consommation et la modification du potentiel de production (cf. infra).

- A l'augmentation de la production est liée une élévation du degré moyen des bières produites, qui après s'être centré sur 4° (c'est à dire le type des bières bock), approche maintenant 5° (c'est à dire le type des bières de luxe).

.- Fabrication de bière française par catégorie (tableau 3).

Depuis 1955, la structure qualitative de la production française de bière s'est sensiblement modifiée :

1.- Disparition presque totale des petites bières (moins de 1.000 hl en 1972).

Tableau 2

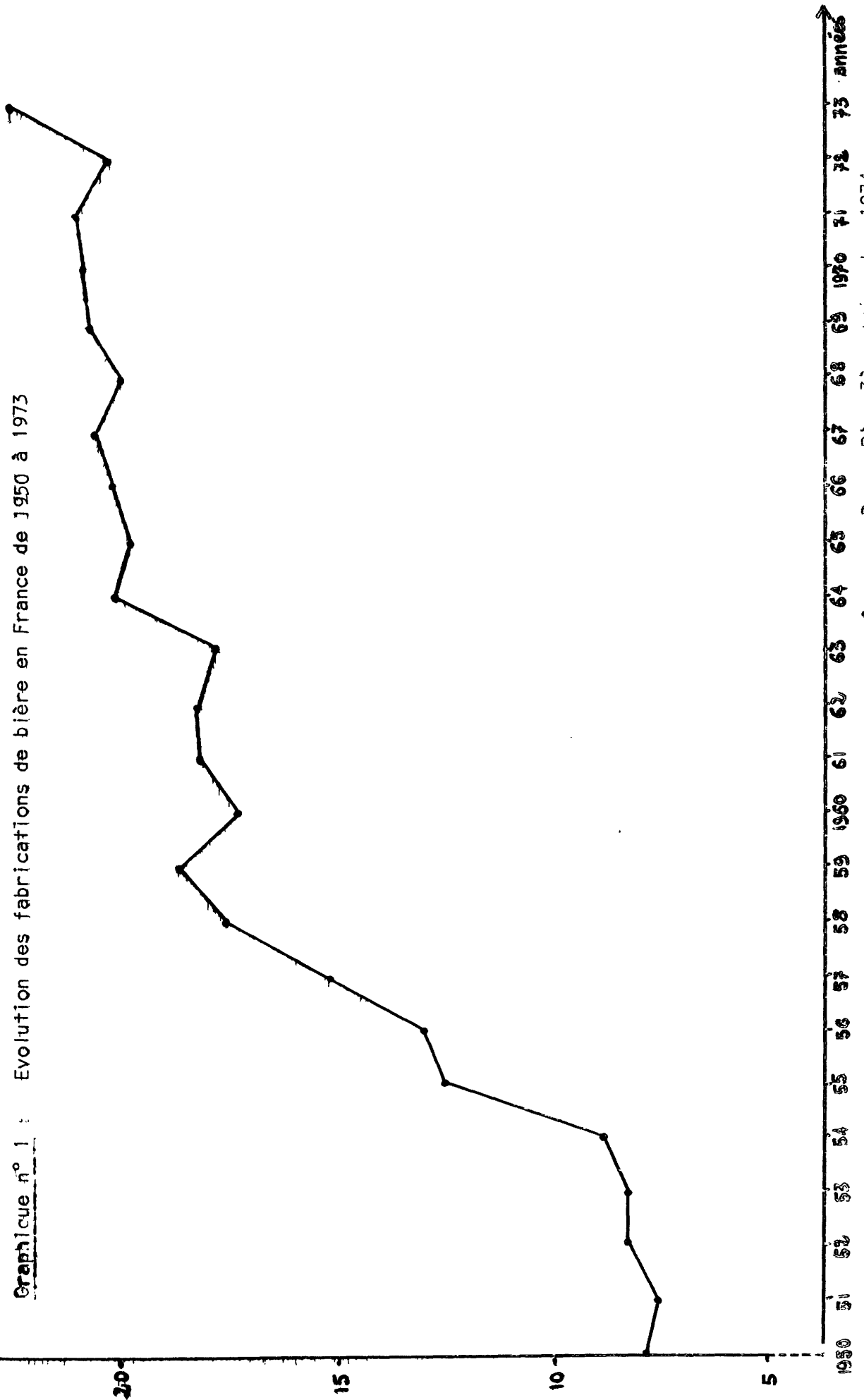
Les fabrications de bière en France de 1900 à 1973

Année	Volume production en hl	Indice volume 100 = 1900	Densité moyenne
1900	13 358 500	100	3 ^e 99
1910	15 298 770	115	4 ^e
1920	8 661 003	65	4 ^e
1930	18 387 750	138	4 ^e
1940	10 674 083	80	4 ^e
1950	7 851 006	59	3 ^e 61
1955	12 514 835	94	4 ^e 34
1956	13 063 547	98	4 ^e 36
1957	15 152 853	113	4 ^e 40
1958	17 573 425	132	4 ^e 35
1959	18 733 650	140	4 ^e 45
1960	17 261 185	129	4 ^e 46
1961	18 153 591	136	4 ^e 52
1962	18 205 071	136	4 ^e 49
1963	17 849 779	134	4 ^e 56
1964	20 251 582	152	4 ^e 58
1965	19 794 879	148	4 ^e 59
1966	20 220 304	151	4 ^e 67
1967	20 647 368	155	4 ^e 70
1968	19 962 038	149	4 ^e 64
1969	20 783 231	156	4 ^e 72
1970	20 871 314	156	4 ^e 72
1971	20 956 233	157	4 ^e 81
1972	20 395 009	153	4 ^e 92
1973	22 664 020	170	4 ^e 97

Source : Revue BIOS
3ème trimestre 1974

Millions d'hl
25 ↑

Graphique n° 1 : Evolution des fabrications de bière en France de 1950 à 1973



Source : Revue Bios 3ème trimestre 1974

Tableau 3

Les ventes annuelles de bière française par catégorie

An- nées	Densité en degré Régie					Total
	5° Bière de luxe hl	3°5 Bière bock hl	2° Bière de table hl	1°2 Petite bière hl	Total hl	
1955	5 972 660	4 740 701	1 166 298	217 755	12 097 414	100
1956	6 548 481	4 713 909	1 089 553	167 055	12 518 998	100
1957	7 899 449	5 508 324	1 151 718	129 284	14 688 775	100
1958	8 425 315	7 272 626	1 139 765	102 184	16 939 890	100
1959	9 307 763	7 635 670	1 040 993	89 282	18 073 708	100
1960	8 930 062	6 738 481	945 603	74 811	16 688 957	100
1961	9 588 897	7 013 156	897 988	65 621	17 565 662	100
1962	9 509 076	6 997 003	887 229	53 773	17 447 081	100
1963	9 431 324	6 847 351	807 675	40 442	17 126 792	100
1964	10 868 949	7 863 647	778 818	36 387	19 547 801	100
1965	10 801 399	7 383 638	705 024	28 062	18 918 123	100
1966	11 508 117	7 294 181	652 906	22 206	19 477 410	100
1967	11 997 928	7 163 474	616 694	16 929	19 795 025	100
1968	12 252 174	6 386 692	541 483	11 339	19 191 688	100
1969	12 825 384	6 361 944	507 616	13 971	19 708 915	100
1970	13 621 872	6 177 318	450 189	5 815	20 255 194	100
1971	14 167 328	5 999 379	398 234	3 068	20 568 009	100
1972	13 909 533	5 523 837	381 999	865	19 816 234	100
1973	15 825 169	5 766 997	346 140	440	21 938 746	100
73/72	+ 13,7 %	+ 4,40 %	- 9,30 %	- 49,1 %	+ 10,7 %	

Source : Revue Bios, 3ème trimestre 1974

- 2.- Régression constante et très forte des bières de table, qui ne représentent plus en 1973 que 300.000 hl, c'est à dire le volume qu'occupaient les petites bières en 1955.
- 3.- Les deux catégories bière bock et bière de luxe représentent donc conjointement plus de 95 % de l'ensemble des fabrications.
- 4.- La part des bières de luxe est passée de 50 % en 1955 à 70 % en 1972, celle des bières bock régressant corrélativement de 40 à 25 %.

2°) Les importations

Elles ne cessent de croître, passant de 87.000 hl en 1955 à 1.750.000 hl en 1973 (cf. Tableau 8 page 28).

A plus de 90 %, les importations de bière en France proviennent de la CEE, et pour près de 60 %, de l'U E B L (tableau 4).

En 1972, les importations représentent 7 % de la consommation intérieure française. Elles n'en représentaient que 1 % en 1960.

Cette dynamique des importations s'explique, à l'heure actuelle, par des raisons essentiellement commerciales.

Les bières étrangères sont, en général, plus chères que les bières françaises (on cite, par exemple, en 1975, les prix départ-usines suivants : 100 F/hl en France, 135 F/hl aux Pays Bas, 150 F/hl en Belgique, 180 F/hl en R.F.A.).

Paradoxalement, ce handicap se transforme en avantage commercial, pour deux raisons essentielles :

. durant la période d'expansion rapide du marché intérieur de la bière en France, les bières étrangères ont su se créer (tout autant par une bonne maîtrise technologique que par des actions de marketing efficaces), une forte image de qualité auprès du consommateur français.

.. Sur le marché de la consommation hors domicile (cafés, restaurants), les bières étrangères, plus coûteuses, dégagent une marge commerciale (qui est proportionnelle à la valeur) plus élevée que les bières françaises. D'où l'incitation des revendeurs à les proposer en priorité aux clients.

Tableau 4

Origine géographique des importations de bière en France

Pays de provenance	Années		1962		1964		1968		1972	
	hl	%	hl	%	hl	%	hl	%	hl	%
U E B L	176 314	51,6	321 590	57,2	555 072	56,7	860 471	58,4		
R F A	94 539	27,7	133 770	23,8	250 315	25,6	388 645	26,4		
Pays Bas	30 119	8,8	51 908	9,2	99 891	10,2	128 171	8,7		
Italie	-	-	46		233		269			
Total C E E	300 972	88,0	507 314	90,3	905 511	92,6	1 377 556	93,5		
Reste du monde	40 880	12,0	54 641	9,7	72 539	7,4	95 346	6,5		
dont										
Danemark	28 362	8,3	34 759	6,2	46 317	4,7	59 488	4,0		
Suisse	7 291	2,1	10 668	1,9	15 918	1,6	17 188	1,2		
Total	341 852	100	561 955	100	978 050	100	1 472 902	100		

Source : Revue Bios
3ème trimestre 1974

Ceci joint à cela, et compte tenu des faibles moyens d'information et de choix du consommateur, il en résulte que la croissance actuelle du marché intérieur français profite grandement aux importations.

L'Union Générale de la Brasserie Française déplore publiquement (cf. Conférence de Presse du 18 mars 1975) cette situation qui, à son avis, crée sur le marché intérieur français des conditions de concurrence non équitables.

Il convient cependant, pour tenter d'objectiver ce problème, de prendre en considération deux éléments supplémentaires (cf. infra) :

1 - Pour contrecarrer le dynamisme commercial des bières étrangères dans la vente en cafés (environ 50 % du marché intérieur), la Brasserie française s'est dotée d'un outil très efficace : la quasi intégration à l'égard des cafés, ou " contrats de brasserie ".

- . Le système consiste, pour la Brasserie,
 - soit à prêter de l'argent au cafetier (pour travaux, améliorations, voire même achat du fond de commerce)
 - soit à se porter garante auprès de la Banque qui fait un prêt au cafetier,
 - soit à se porter garante auprès du propriétaire de l'immeuble, du paiement du loyer du commerce,
 - soit à être propriétaire d'un café donné en gérance libre,

et dans tous ces cas, l'intervention s'accompagne d'un contrat d'exclusivité qu'elle impose au cafetier. (cf. infra, les incidences sur l'évolution des structures d'entreprises dans le secteur de la Brasserie).

2 - Parmi les cinq groupes qui, en 1975, réalisent 80 % du volume total du marché intérieur français, deux sont contrôlés par des groupes brassicoles étrangers :

- ALBRA (Alsacienne de Brasserie), qui est au quatrième rang avec 7 à 8 % du marché, est contrôlée par le groupe hollandais HEINEKEN,
- Les Brasseries Motte-Cordonnier, cinquième brasserie en France, avec 4 % du marché, sont contrôlées par le groupe Belge Artois, leader de son secteur.

Inversement, les entreprises françaises ont acquis des participations dans des sociétés étrangères. En particulier, les Brasseries Kronenbourg ont absorbé la Brasserie Allemande Lehnig.

II - La demande

1°) La demande interne

a - Place de la bière dans l'ensemble des boissons.

- Mesurée en unité de volume per capita, la bière est la deuxième boisson la plus consommée en France, après le vin.

La consommation annuelle moyenne par habitant est passée de 21,8 litres en 1950, à 45,2 litres en 1973. (En 1972, la consommation est retombée à 40 litres), soit un doublement de la consommation en 20 ans (cf. graphique n° 1).

Il est intéressant de noter que cette tendance n'est pas linéaire, mais a comporté pendant une courte période, une très forte accentuation du rythme d'augmentation de la consommation individuelle, puisque celle-ci est passée, entre 1956 et 1959, de 27,8 l à 40,0 l. Bien qu'ensuite la consommation soit répartie du niveau de 35,7 litres seulement, cette période 1956-1959 représente la naissance d'un nouveau marché intérieur français de la bière : la demande globale passe alors de 12 millions d'hectolitres à 17 millions d'hectolitres (cf. tableau n° 8 page 28).

- Mesurés en valeur (francs constants base 1972)
(cf. Tableau n°.. V en annexe) les achats de bière par les ménages pour la consommation à domicile, représentaient :

- en 1959, 5,7 % de l'ensemble des boissons
et 7,4 % des boissons alcoolisées,
- en 1972, 6,1 % de l'ensemble des boissons
et 9,2 % des boissons alcoolisées.

En valeur, la part relative de la bière dans l'ensemble des boissons paraît donc assez stable.

En fait, alors qu'en 1959 la bière représentait le 3° produit le plus acheté par les ménages (après les vins et les eaux de vie), elle n'occupe plus, en 1972, que la 5ème place (après : les vins, les apéritifs, les eaux de vie, et les eaux minérales).

En effet, le taux annuel moyen de progression de la demande, entre 1959 et 1972, qui n'est que de 4,2 % pour la bière, est par contre de 16,1 % pour les boissons non alcoolisées,, de 8,4 % pour les eaux de vie, et 10,1 % pour les apéritifs.

Pour mieux comprendre la logique d'évolution de la demande de bière en France, il convient d'analyser les composantes structurelles de cette demande.

b - La structure de la demande.

- La consommation de bière est saisonnière.

Des variations saisonnières assez importantes apparaissent en fonction des conditions climatiques de la saison chaude, En effet, un tiers de la consommation est effectué pendant les trois mois de l'été (juin, juillet, août), soit un quart de l'année. Si l'été est relativement frais la consommation se réduit sensiblement pendant cette période.

Bien qu'encore marquée cette variabilité tend cependant à s'estomper, ce qui traduit une meilleure implantation de la bière dans les habitudes de consommation des français. De boisson occasionnelle (principalement buë en dehors des repas), elle tend à devenir une boisson régulière (de plus en plus en boisson de table).

- La consommation de bière est régionale.

D'après le tableau 5, donnant la répartition régionale de la consommation à domicile des ménages, on constate que :

- en moyenne, la consommation annuelle à domicile est quatre fois plus importante dans la région Nord que dans l'ensemble de la France. Il en résulte que cette seule région, qui regroupe seulement 7,4 % de la population, réalise 32 % de la consommation totale de bière, à domicile. Autre particularité de cette région les particuliers achètent une bonne partie de leur bière directement auprès des Brasseries, dont certaines possèdent un service de livraison à domicile,

- les quatre régions de la moitié Nord de la France, qui regroupent 54,5 % de la population, représentent, en 1972, 81,2 % de la consommation à domicile des ménages ;

- en fait, la consommation à domicile des ménages représentant un peu moins de la moitié de la demande totale de bière, il est difficile d'apprécier très précisément les variations régionales : la structure régionale de la demande hors domicile peut amplifier ou au contraire réduire les variations de la consommation à domicile. En particulier, on peut penser que les achats de bière hors domicile sont proportionnellement plus importants dans le Sud de la France, que dans le Nord, notamment en période estivale.

Tableau 5

Consommation de bière par les ménages à domicile - Par régions

Unités : (a) litre/personne/an
(b) 1 000 hl/an

Régions	1967		1970		1971		1972	
	(a) par per- sonne l	(b) totale 1 000 hl	par per- sonne l	totale 1 000 hl	par per- sonne	totale 1 000 hl	par per- sonne	totale 1 000 hl
Région parisienne	19,6	1 749,7	21,8	2 125,7	23,6	2 287,2	17,1	1 650,9
Bassin Parisien	13,0	1 115,5	16,9	1 502,3	22,3	2 066,8	17,5	1 574,4
Nord	76,3	3 373,0	90,6	3 495,7	95,3	3 493,0	76,3	2 876,8
Est	25,8	1 213,5	26,3	1 326,6	27,3	1 329,3	22,1	1 162,9
Ouest	7,6	523,1	10,0	669,7	9,8	654,4	7,4	486,6
Sud-Ouest	5,1	265,6	5,2	284,9	6,4	334,9	4,1	219,3
Centre-Est	4,3	234,3	8,3	466,2	8,9	492,6	6,8	400,9
Méditerranée	7,9	419,3	12,5	626,5	10,2	542,7	10,3	551,1
France entière	17,0	8 893,7	20,8	10 483,6	22,3	11 200,9	17,6	8 947,1
Consommation totale	41,01	20 283,8	41,8	21 043,0	42,9	21 571,3	41,1	20 926,0
% consommation à domicile/ consommation totale	43,9	43,9	49,8	49,8	51,9	51,9	42,8	42,8

Source : INSEE
Série M

- La consommation de bière est répartie entre deux marchés :
la consommation de table et la consommation hors des repas.

Cette distinction recoupe en partie celle que nous venons de voir à propos des achats à domicile et hors domicile.

La bière en tant que boisson de table n'est réellement implantée que dans le Nord. Compte tenu des habitudes alimentaires des français et de la position privilégiée du vin, la bière est, en France, essentiellement, une boisson hors repas. C'est ce qui lui confère, notamment, son caractère saisonnier.

Une grande partie de la stratégie actuelle des brasseurs et des entreprises de distribution consiste à modifier cette place de la bière dans la structure de la consommation des boissons pour, à la fois développer le marché des boissons hors repas, et conquérir le marché des boissons de table (cf. infra).

- La consommation de bière est inégale selon les catégories socio-professionnelles.

Pendant longtemps, la bière a eu, auprès des consommateurs, l'image d'une boisson " banale ", car peu alcoolisée, réservée aux hommes et plus particulièrement aux travailleurs manuels.

Cette image est partiellement reflétée dans le tableau 6, pour l'année 1967.

Les maxima de consommation sont enregistrés pour les ouvriers et les contremaîtres (plus fort pourcentage d'hommes que pour l'ensemble des cadres moyens).

Par contre, pour les employés (forte proportion de femmes), les cadres supérieurs, et surtout les professions indépendantes, l'indice de consommation est inférieur à la moyenne nationale.

Signalons que les agriculteurs et salariés agricoles sont " aberrants " dans cette statistique, car ils sont principalement autoconsommateurs de boissons d'origine agricole (vin, cidre).

En fait, pour trouver une structure de consommation correspondant à l'image classique " de la bière définie ci-dessus, il faudrait utiliser des statistiques antérieures aux années 60, période à partir de laquelle l'image de la bière s'est modifiée sous l'influence des actions publicitaires menées par la brasserie.

Tableau 6

Structure de la consommation française de bière suivant la catégorie socio-professionnelle du chef de ménage
Indice de consommation

Année	Agriculteurs expl.	Salariés agricoles	Professions indépendantes		Cadres supérieurs	Cadres moyens		Employés	Ouvriers		Inactifs	Toutes catégories réunies	
			Ensemble	dt gros com. prof. lib.		Ensemble	dt contremaîtres		Ensemble	ouvriers qualifiés			litres/an
1967	51,2	58,5	87,5	78,3	95,9	107,3	157,7	91,5	121,0	121,2	103,3	100	21,2
1970	45,2	72,4	62,3	92,5	110,6	110,1	133,2	117,1	123,1	132,2	85,4	100	19,9
1971	49,7	70,5	90,2	106,7	74,1	121,8	145,6	73,6	122,3	121,2	94,3	100	19,3
1972	52,8	87,5	109,7	89,2	125,6	95,4	139,8	127,8	105,7	106,3	88,6	100	17,6

Source : INSEE

Collections : M 1, M 14, M 18, M 34

Actuellement, l'image qu'elle cherche à créer chez le consommateur est celle d'une boisson noble, liée à la détente, aux caractéristiques diététiques intéressantes (boisson rafraîchissante, énergétique, vitaminée) et accessible, sous ses multiples types de qualité, à toutes les couches de la Société.

Le tableau 6 révèle l'impact de cette action, dans la mesure où l'indice de consommation à domicile des professions indépendantes et des cadres supérieurs tend à s'élever assez nettement (en fait, les variations annuelles des données de l'enquête permanente sur la consommation alimentaire des français, liées aux imperfections de la méthode, incitent à nuancer l'interprétation).

Une confirmation de la tendance est apportée par l'analyse de la pénétration du conditionnement en packs de 33 cl sur le marché de la consommation à domicile. Ce conditionnement est, en effet, le principal support de " l'image moderne " de la bière.

Achat par les ménages de bouteilles 33 cl en packs (% de ménages)

Classes sociales	3 ^o Trimestre		
	1969	1970	1971
Aisées	25,6	32,9	36,0
Moyennes supérieures	21,6	25,2	28,1
Moyennes inférieures	16,2	18,9	22,2
Modestes	8,2	9,5	9,9
Total	18,0	21,3	24,2

L'implantation de ce type de produit est nettement plus forte dans les cadres supérieurs, et représente donc, de ce fait, le facteur de pénétration de la bière auprès de ces catégories de consommateurs.

En conclusion de l'analyse de ces caractéristiques de consommation, une idée fondamentale se dégage :

. à l'intérieur d'un marché national de la bière, globalement en expansion, trois marchés distincts ont suivi des évolutions fondamentalement différentes (cf. tableau 3) :

- . le marché de la bière de table a pratiquement disparu en l'espace de 20 ans (1955 = 1.166.298 hl ; 1973 = 346.140 hl) ;
- . le marché de la bière bock, stagnant en volume, régresse sensiblement en part relative (passant de 39,1 % à 26,3 % entre 1955 et 1973) ;
- . le marché de la bière de luxe a triplé en volume pendant la même période (5,9 à 15,8 millions d'hl), représentant maintenant les 3/4 du marché intérieur.

Compte tenu de toutes les remarques qui précèdent, concernant les caractéristiques de consommation de la bière, on peut admettre que le marché d'un produit ancien (la bière de table) a presque disparu, et que le marché d'un produit nouveau (la bière de luxe) s'est développé.

C'est dans ce cadre, et non pas seulement par référence au marché global de la bière qu'il conviendra d'analyser dans ce qui suit l'évolution de la concentration et de la concurrence dans le secteur.

2°) Les exportations

Depuis dix ans (1963-1973), les exportations de bière française sont stabilisées dans la limite stricte de 300.000 à 400.000 hl, alors que dans la période précédente, elles atteignaient 700.000 hl. La différence provient de ce que les livraisons à l'Algérie étaient, jusqu'en 1962, comptabilisées en exportations et qu'elles ont cessé presque totalement depuis l'accession à l'indépendance.

L'évolution de la structure des exportations est donnée par le tableau n° 7.

Les exportations vers la CEE ont presque quadruplé entre 1962 et 1974, l'Allemagne Fédérale représentant l'essentiel de ce marché. Désormais, la C.E.E. absorbe les deux tiers environ de l'ensemble des exportations françaises de bière.

Plus généralement la répartition des exportations entre zone Franc et Pays étrangers s'est totalement inversée au cours de la période étudiée, l'Etranger constituant maintenant les trois quarts des débouchés.

Tableau 7

Répartition géographique des exportations de bière française

Pays ou zones	Années		1962		1964		1968		1972	
	hl	%	hl	%	hl	%	hl	%	hl	%
Allemagne Fédérale	47 583	7,7	88 907	22,0	106 819	34,4	155 814	42,9		
Italie	7 013	1,1	10 268	2,5	9 537	3,1	29 799	8,2		
U E B L	5 805	0,9	12 837	3,2	22 895	7,4	34 587	9,5		
Pays Bas	82		151		217	0,1	-	-		
Total C E E	60 483	9,8	112 163	27,8	139 468	44,9	220 200	60,6		
Reste de l'Europe	4 468	0,7	8 294	2,1	19 876	6,4	39 225	10,8		
T O M et D O M	51 902	8,4	70 591	17,5	80 039	25,8	51 742	14,2		
Afrique	496 367	80,6	210 299	52,1	68 442	22,1	48 340	13,3		
Reste du monde	2 335	0,5	2 302	0,6	2 400	0,8	3 656	1,0		
Total	615 555	100	403 649	100	310 225	100	363 163	100		
dont										
Pays étrangers	70 340	11,4	131 597	32,6	172 886	55,7	267 491	73,7		
Zone franc	545 215	88,6	272 052	67,4	137 339	44,3	95 672	26,3		

Source : Revue Bios
3ème trimestre 1974

III - Bilan du marché français de la bière (tableau 8)

En 1972, pour une consommation interne de 20.925.973 hl, la production française était de 19.816.234 hl, soit un autoapprovisionnement de 94,7 %. En 1960, l'autoapprovisionnement était de 103 %.

Cette évolution dénote une dégradation de la balance du commerce extérieur de la bière :

En 1960, le taux de couverture (en volume) des importations par les exportations était de 420 %. En 1973, il n'est que de 22,8 %

Entre 1961 et 1972, pour un accroissement global de l'ensemble des utilisations de 3,5 millions d'hectolitres environ, les importations ont augmenté de 1,2 million d'hectolitres. Les importations ont donc assuré 35 % des débouchés supplémentaires. Cette dynamique de pénétration des produits étrangers sur le marché français a été l'un des facteurs de la restructuration de l'industrie brassicole française (cf. infra.).

Tableau 8

Bilan du marché français de la bière.

	Ressources		Emplois		Total
	Ventes	Impor- tations	Consom- mation	Expor- tation	
1955	12.097.414	87.000	11.835.414	349.000	12.184.414
1956	12.518.998	106.000	12.138.998	486.000	12.624.998
1957	14.688.775	124.000	14.103.775	709.000	14.812.775
1958	16.939.890	114.000	16.282.890	771.000	17.053.890
1959	18.073.708	149.000	17.529.708	693.000	18.222.708
1960	16.688.957	177.000	16.122.457	743.500	16.865.957
1961	17.565.662	246.000	17.092.662	719.000	17.811.662
1962	17.447.081	341.852	17.173.378	615.555	17.788.933
1963	17.126.792	427.075	17.179.431	374.436	17.553.867
1964	19.547.801	561.955	19.706.107	403.649	20.109.756
1965	18.918.123	621.139	19.167.571	371.691	19.539.262
1966	19.477.410	719.791	19.852.476	344.725	20.197.201
1967	19.795.025	847.882	20.283.811	359.096	20.642.907
1968	19.191.688	978.050	19.859.835	310.225	20.170.060
1969	19.708.915	1.122.396	20.527.051	304.260	20.831.311
1970	20.255.194	1.184.906	21.043.035	397.065	21.440.100
1971	20.568.009	1.370.516	21.571.341	367.185	21.938.526
1972	19.816.234	1.472.902	20.925.973	363.163	21.289.136
1973	21.938.746	1.748.512	23.288.308	398.950	23.687.258

CHAPITRE III - LES PRIX

D'après le Bulletin Mensuel de Statistiques publié par l'INSEE, il est possible de suivre l'évolution du prix au détail de la bière de ménage dans la région parisienne, depuis 1949 (graphique 2).

En réalité, cette série chronologique n'est pas parfaitement homogène. En effet, de 1949 à 1969, les relevés de prix concernant la bière de ménage (bière de table), et depuis 1970, la bière bock en litre. La bière de table ayant presque totalement disparu du marché intérieur (2 % du marché en 1973), on peut cependant admettre que le graphique 2 retrace l'évolution du prix de la bière de qualité " ordinaire ", c'est à dire de la bière consommée principalement à table.

De 1949 à 1973, le prix de la bière ordinaire a été en francs courants, multiplié par 4,6, passant de 0,27 F à 1,25 F.

En francs constants, base 1974, on constate que ce prix a progressé, en moyenne, plus vite que la moyenne des prix de gros et de détail (c'est à dire plus vite que le taux d'inflation) puisque ce prix relatif est passé de 1,01 en 1949 à 1,15 en 1974.

Encore, convient-il de noter que le prix relatif de la bière a diminué fortement depuis 1972, en raison du taux élevé de l'inflation, très supérieur à la hausse en francs courants. L'Union générale de la Brasserie Française réclame d'ailleurs un rattrapage, estimant, en effet, que certaines difficultés financières actuelles de la brasserie sont en grande partie liées à cette baisse récente du pouvoir d'achat du litre de bière, au détail.

En fait, il convient de rappeler que le type de bière le plus commercialisé depuis quelques années, est la bière de luxe (72 % des ventes en 1973), dont le conditionnement type est la bouteille de 33 cl.

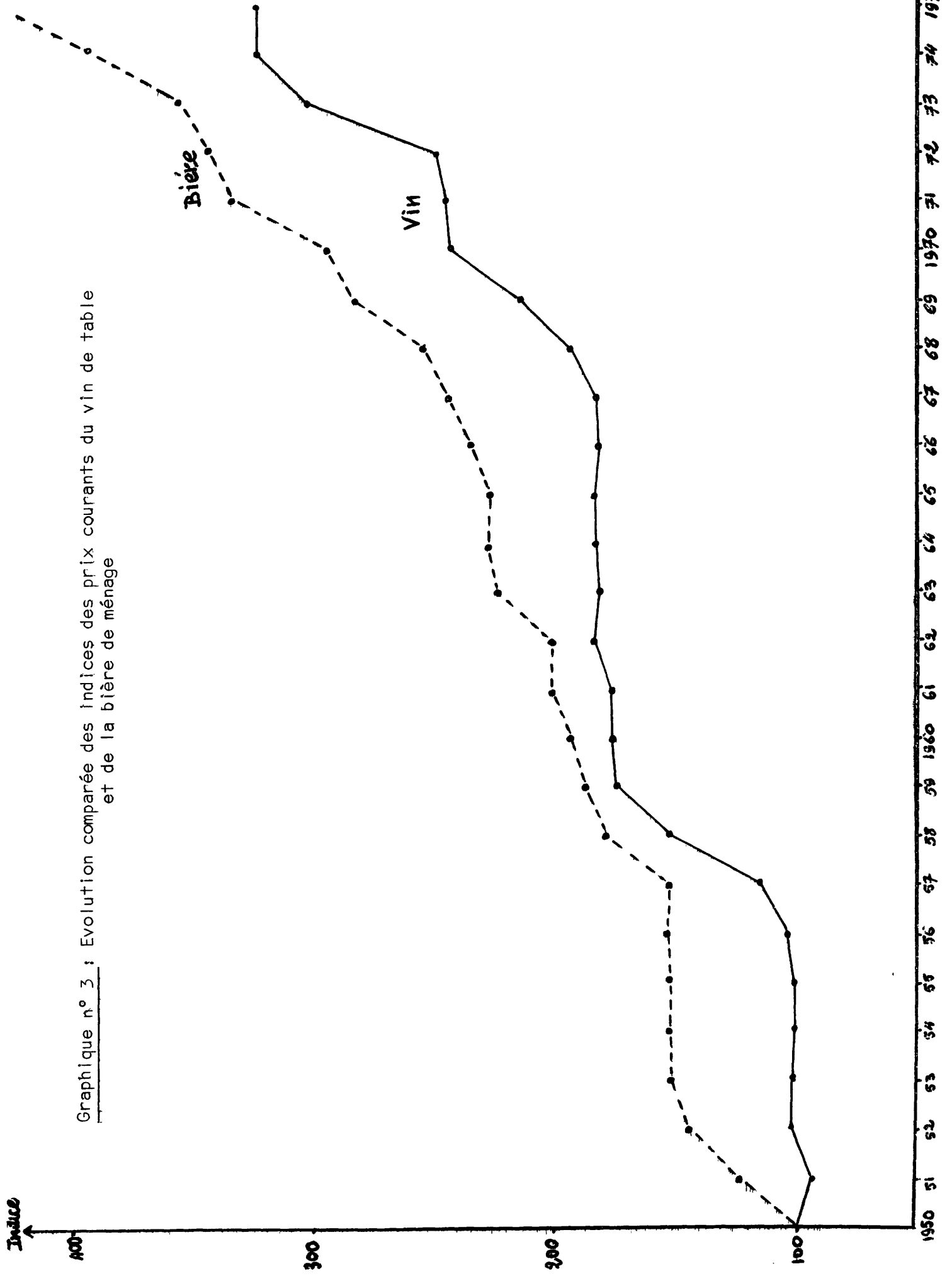
Depuis le début de 1975; l'INSEE a incorporé la bouteille de 33 cl dans les prix au détail observés, et le premier relevé de prix est à 0,95 F, contre 1,25 F le litre de bière bock. Le litre de bière de luxe revient donc à 2,85 F, soit 2,3 fois plus cher que le litre de bière bock.

Il est intéressant de comparer l'évolution des prix au détail du vin de consommation courante et de la bière de ménage, qui sont les deux principales boissons de table en France (graphique 3).

Graphique n° 2 : Evolution du prix au détail de la Bière de Ménage (lître)
francs courants et francs constants (1974)



Graphique n° 3 : Evolution comparée des indices des prix courants du vin de table et de la bière de ménage



On constate un décalage croissant entre les rythmes d'évolution de ces deux prix.

En 1975, l'indice du prix de la bière est à 431 (base 100 en 1950), celui du vin n'étant qu'à 320.

Rappelons que dans le même temps la consommation de bière augmente sensiblement, alors que celle du vin diminue régulièrement depuis 1958.

Il semble cependant que la bière, comme le vin, soit l'un des produits les plus surveillés, et les mieux maîtrisés, par le Service des Prix du Ministère des Finances.

Tout comme le vin, le prix de la bière a été bloqué sévèrement en 1963, du moins au stade de la fabrication. Depuis, à partir de 1968, le régime du contrôle du prix de la bière a été assoupli, sous forme de contrats de programme, puis d'accords de programmation.

L'Union Générale de la Brasserie Française considère que la trop stricte surveillance des prix de la bière française est une menace pour l'existence même de la Brasserie française, si elle devait se prolonger, alors même que le coût des matières premières et des équipements s'est fortement accru depuis 1973 (cf. Conférence de Presse de l'Union Générale de la Brasserie Française, du 19 mars 1975).

CHAPITRE IV - LES ENTREPRISES

Ce chapitre traitera plus particulièrement de la concentration et de la concurrence inter-entreprises au sein du secteur. L'analyse dynamique de ces processus doit permettre de dégager une logique d'évolution des structures de production.

Il convient auparavant de caractériser le potentiel de production du secteur.

I - Structure du secteur

1) Données globales.

L'évolution du potentiel de production du secteur est résumé dans le tableau suivant, pour la période 1968-1972 :

Années Variables	1968	1969	1970	1971	1972	Variation 1972/1968 100 = 1968
Nbre d'entreprises	85	69	63	54	50	59
Nbre d'établissements	133	123	114	100	95	71
C.A. du Secteur	1.688.881	2.026.748	2.129.468	2.537.985	2.684.136	159
Nbre total de salariés	17.990	17.866	17.034	17.041	16.389	91
Chiffre d'affaires moyen par entreprise	19.869	29.373	33.801	46.999	53.683	270

Source : SCEES
Enquête directe

Les points caractéristiques :

. Le secteur comporte un nombre assez limité d'entreprises ou groupes d'entreprises (cf. Annexes, concernant les règles de consolidation) de plus de 5 salariés (comparativement aux autres secteurs des boissons, exception faite du " petit " secteur des boissons non alcoolisées).

D'après les sources professionnelles (Revue Bios), le nombre total d'entreprises (raisons sociales distinctes) serait respectivement de 103 en 1968 et 66 en 1972.

En cinq ans la concentration a été très rapide puisque le nombre d'entreprises du secteur a été réduit de près de moitié.

.. Le nombre des établissements est resté relativement plus stable que celui des entreprises, le nombre moyen d'établissements par entreprises augmentant, et tendant vers 2

.. Le nombre de salariés du secteur est resté, approximativement constant. La productivité apparente du travail en valeur, s'est donc accrue. En fait, de 1968 à 1972, le volume des fabrications étant resté constant, la productivité réelle du travail est elle-même restée constante.

.... La croissance du chiffre d'affaires du secteur a été soutenue (taux annuel moyen sur les cinq ans analysés : 11,8 %), quoique de façon irrégulière.

..... La synthèse des facteurs de la concentration signalés ci-dessus est exprimée par le chiffre d'affaires moyen par entreprise, qui a presque triplé en 5 ans (croissance annuelle moyenne : 54 %).

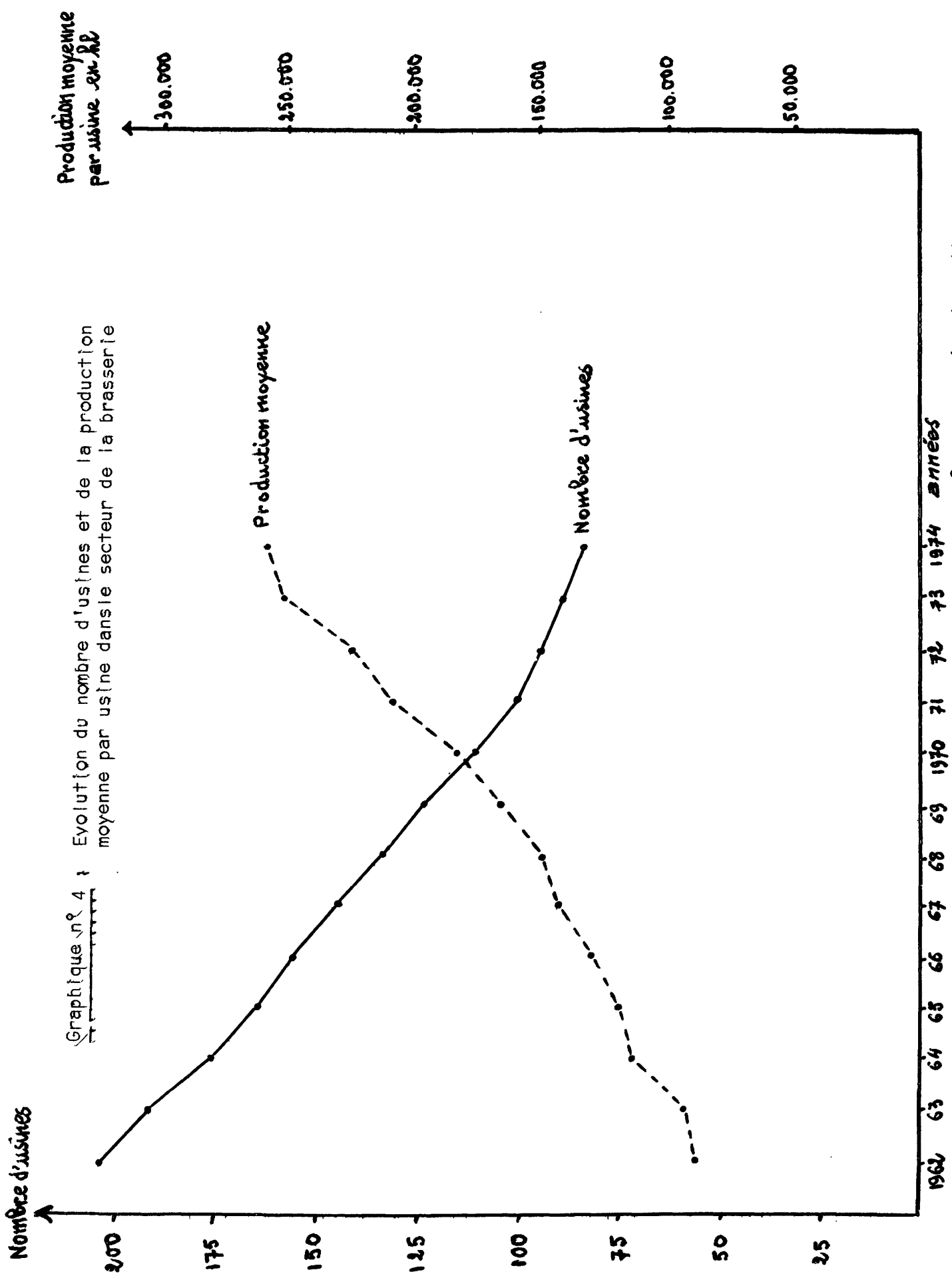
Le graphique 4 fait apparaître l'évolution comparée du nombre d'usines en production, et de la production annuelle moyenne par usine. De 1962 à 1974, le nombre d'usines a diminué de plus de 200 %, alors que leur production moyenne était, elle, multipliée par 2,9 atteignant presque 260.000 hl en 1974.

Pour mémoire, signalons qu'en 1937, il y avait 941 usines en France, avec une production moyenne de 15.800 hl.

2) Répartition des entreprises selon la taille.

Le tableau n° 9 compare la répartition des entreprises (ou groupes d'entreprises) par tranches de dimension (exprimée en nombre de salariés entre 1968 et 1972. .

. L'évolution du nombre d'entreprises par tranches de dimensions entre 1968 et 1972 fait apparaître quelques données caractéristiques du processus de concentration en cours :



Sources professionnelles

Tableau 9

Répartition des entreprises de la Brasserie, par tranche de dimension (en %)

Tranches de salariés Variables	An- née	1 000								Ensemble	
		6-9	10-20	20-49	50-99	100-199	200-499	500- 1 000	1 000	Valeur	%
Nbre d'entreprises	68	11,8	10,6	18,8	17,6	10,6	18,8	9,4	2,3	85	100
	72	6,0	16,0	22,0	16,0	14,0	12,0	8,0	6,0	50	100
Chiffre d'affaires	68	0,3	0,6	2,8	5,3	6,4	22,5	29,7	32,4	1 688 881	100
	72	0,1	0,5	1,9	2,5	5,0	10,0	16,7	63,3	2 684 136	100
Salariés	68	0,3	0,8	3,2	5,8	7,1	23,3	30,9	28,6	17 990	100
	72	0,1	0,6	2,7	3,7	7,0	11,1	19,4	55,3	16 389	100
Chiffre d'affaires moyen par entreprises	68	540	1 084	2 976	6 039	11 996	23 753	62 607	273 329	19 869	
	72	1 147	1 534	4 581	8 357	19 347	44 666	112 225	566 283	53 683	
	72	212	141	154	138	161	188	179	207		270
	68										

Source : SCEES
Enquête directe

On constate que deux pôles de renforcement des structures de production apparaissent :

- le groupe des entreprises moyennes (de 10 à 200 salariés) qui représentait 57,6 % du secteur en 1968 et passe à 68 % en 1972,
- le groupe des entreprises leaders (plus de 500 salariés) passant de 11,6 % à 14 % des effectifs du secteur.

.. Pour ce qui concerne la part du chiffre d'affaires réalisée ou du nombre de salariés employés, la tendance à l'oligopolisation du secteur apparaît très nettement,

- toutes les catégories d'entreprises voient leur part diminuer à l'exception de la seule classe de plus de mille salariés, dont la part aussi bien pour le chiffre d'affaires que pour les effectifs, double.

C'est ainsi qu'en 1972, 6 % des entreprises du secteur, (c'est à dire, en fait, trois groupes) réalisent 63,3 % du chiffre d'affaires total, et emploient 55,3 % de l'ensemble des salariés du secteur.

... La comparaison, entre 1968 et 1972, des chiffres d'affaires moyens, fait apparaître les taux de croissance les plus élevés aux deux pôles de la distribution, soit pour 6-9 salariés d'une part, et plus de 1.000 salariés d'autre part.

Dans le premier cas, il traduit l'élimination des entreprises les plus petites, ce qui remonte la moyenne de la tranche.

Dans le second cas, il révèle la constitution de groupes de plus en plus importants, par croissance externe (fusions, absorptions).

Si l'on mesure la dimension des entreprises, par leurs ventes annuelles, le tableau ci-dessous, établi à partir de sources professionnelles, pour l'ensemble des entreprises ayant des raisons sociales distinctes (compte non tenu de leur appartenance à des groupes), permet de suivre l'évolution de la concentration sur 6 ans.

Source : Revue " Bios " septembre 1973

Tranches de dimension Variables		Moins de 60.000 hl		60.000 à 200.000 hl		200.000 hl à 500.000 hl		plus de 500.000 hl		Ensemble	
		1966	1972	1966	1972	1966	1972	1966	1972	1966	1972
Entreprises	Nbre	78	38	22	14	12	7	10	7	122	66
	%	64,0	57,6	18,0	21,2	9,8	10,6	8,2	10,6	100	100
Ventes an- nuelles	Volume (1000hl)	1458	595	2470	1625	3287	2001	12232	15595	19447	19816
	%	7,5	3,0	12,7	8,2	16,9	10,1	62,9	78,7	100	100

En 1972, les 7 entreprises de plus de 500.000 hl (10,6 % du total) produisent 78,7 % de l'ensemble des bières, alors que 57,6 % des usines ne réalisent que 3,0 % de la production.

3) Implantation géographique des usines.

Il est important, dans le cas de la bière, de connaître la structure et l'évolution de l'implantation géographique des usines, pour comprendre la dynamique d'évolution des structures de production du secteur.

En effet, (cf. supra) cette dynamique est liée à une modification profonde de la nature des produits fabriqués et des débouchés commerciaux correspondants.

. La logique d'une telle évolution est simple :

- A des marchés d'ampleur locale ou régionale pour la bière de table, l'industrie brassicole tend à substituer un marché d'ampleur nationale pour la bière bock et surtout la bière de luxe
- A un émiettement régional de petites unités de production et de distribution succède un mouvement de concentration des unités de fabrication, à partir de la recherche systématique d'économies d'échelle internes et externes.

Les tableaux 10 et 11 indiquent les volumes commercialisés, chaque année, au départ usine, par régions et par types de bières.

Tableau 10

Répartition régionale des ventes de bière
Evolution de 1957 à 1971

Types de bière	Petite bière 1 - 2°		Bière de table 2 à 2°2		Bière bock 3°3 à 3°9		Bière de luxe 4°4 et +		Ensemble			
	1957	1971	1957	1971	1957	1971	1957	1971	%	hl		
Régions												
Nord	92,9	93,3	60,2	84,8	35,0	28,1	22,5	22,1	30,8	25,1	4 524 376	5 152 831
Picardie	7,0	-	8,8	5,9	1,3	0,8	1,5	0,8	2,0	0,9	300 099	183 917
Ile de France	-	-	4,3	1,5	30,8	25,7	4,3	7,5	14,2	12,7	2 087 679	2 613 652
Ouest-Normandie	-	-	25,4	7,7	4,7	17,2	5,2	3,5	6,6	7,5	964 950	1 556 118
Est	0,1	6,7	1,1	-	11,3	10,0	21,5	18,2	15,9	15,4	2 337 311	3 179 477
Alsace	-	-	-	0,1	2,0	1,3	34,8	41,1	19,5	28,7	2 863 156	5 906 497
Rhône-Alpes-Provence	-	-	-	-	10,3	8,7	5,4	4,6	6,8	5,7	991 653	1 171 300
Languedoc-Midi-Pyrénées	-	-	-	-	1,1	2,9	1,3	0,8	1,1	1,4	160 734	286 660
Centre-Sud Ouest	-	-	0,2	-	3,3	5,3	3,5	1,4	3,1	2,5	458 817	517 556
France entière	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	14 688 775	20 568 009

Source : Revue "Bios"
Septembre 1973

Tableau 11

Evolution de la structure des ventes de la bière entre 1957 et 1971
Par Régions

	Petite bière 1° - 1°2		Bière de table 2° - 2°2		Bière bock 3° - 3°9		Bière de luxe 4°4 et plus		Total		Variation de la con- somption 71/57 en %
	1957	1971	57	71	57	71	57	71	1957	1971	
Nord	2,7	0,.	15,3	6,6	42,7	32,7	39,4	60,7	4 524	5 152	+ 13,9
Picardie	3,0	-	33,9	12,9	24,2	27,5	38,9	59,7	300	183	- 38,7
Ile de France	-	-	2,4	0,3	81,3	58,9	16,3	40,9	2 087	2 613	+ 25,2
Ouest-Normandie	-	-	30,3	2,0	27,0	66,4	42,7	31,6	964	1 556	+ 61,3
Est	-	-	0,5	-	26,7	18,8	72,7	81,2	2 337	3 179	+ 36,0
Alsace	-	-	-	-	3,9	1,3	96,1	98,6	2 863	5 906	+ 106,3
Rhône-Alpes Provence	-	-	-	-	57,2	44,5	42,8	55,5	991	1 171	+ 18,1
Languedoc- Midi Pyrénées	-	-	-	-	37,6	59,8	62,4	40,2	160	286	+ 78,3
Centre- Sud-Ouest	-	-	0,5	-	39,6	61,6	59,9	38,4	458	517	+ 12,8
France entière	% : 0,9 hl :		7,8		37,5		53,8		14 688	20 568	+ 40,0

Source : Revue "Bios", septembre 1973

On constate qu'entre 1957 et 1971, une certaine spécialisation régionale des productions s'est réalisée.

- . L'Alsace a doublé sa production et réalise à elle seule près de 30 % de l'ensemble des ventes, et 41 % des ventes de bière de luxe qui sont devenues sa seule production ;

- . Le Nord, deuxième région productrice, reste la principale région productrice de petites bières et de bière de table ;

- . L'Est, qui représente 15 % des ventes globales, tend à se spécialiser dans les bières de luxe comme l'Alsace ;

- . Inversement, l'Île de France reste une région essentiellement productrice de bières bocks ;

- . L'ensemble des autres régions, qui ne représentent que 18 % des ventes en 1971, régressent soit en part relative, soit même en volume absolu, à l'exception de l'Ouest, qui semble avoir réussi une reconversion de sa production, des bières de table vers les bières bocks.

Cette spécialisation régionale s'accompagne d'une nette hétérogénéité des structures de production.

L'Alsace, avec 12 % des usines, réalise, en 1971, 28,7 % de l'ensemble des ventes. La production moyenne des usines est de 500.000 hl, presque exclusivement des bières de luxe.

Le Nord, avec 58 % des usines, réalise, en 1971, 25 % de l'ensemble des ventes. La production moyenne des usines est de 90.000 hl seulement, dont 40 % de bières ordinaires. Il est à signaler qu'en 1962, dans cette région, la production qui ne comprenait que 46 % de bières de luxe, était assumée par des unités de 43.000 hl de production moyenne. La concentration technique des unités de production suit donc la reconversion vers la bière de luxe.

Historiquement, l'implantation géographique des unités de fabrication avait été commandée par des impératifs liés à la maîtrise des facteurs de production, et l'approvisionnement en matières premières :

- régions productrices d'orge et de houblon
- disponibilités en eau, quantitativement abondante et qualitativement pure,
- conditions climatiques plutôt septentrionales.

Actuellement (cf. supra) les conditions économiques prennent le pas sur ces contraintes techniques.

CHAPITRE V - ANALYSE QUANTITATIVE DE LA CONCENTRATION
ET DE LA CONCURRENCE.

L'utilisation des indices et des courbes structurelles de Linda, va nous permettre d'affiner la mesure et l'analyse qualitative du processus de concentration, et de l'évolution des conditions de la concurrence.

Rappelons que cette analyse considère systématiquement comme une entreprise unique toutes les firmes rattachées à un même centre de décision. Les critères d'agrégation utilisés ne correspondent pas à une norme fixe de pourcentage de participation, mais utilisent un faisceau d'éléments divers permettant d'apprécier le degré réel d'autonomie des firmes (cf. annexe méthodologique).

I - Mesure de la concentration : les courbes structurelles de Linda

Les graphiques 5 à 11 donnent, pour les variables retenues et pour les années 1968 et 1972, la distribution de l'indice de Linda au sein de l'échantillon de firmes étudiées.

La représentativité de l'échantillon analysé est précisée dans le tableau ci-après.

Représentativité de l'échantillon : pourcentage de chaque variable
du secteur contrôlé par les firmes de l'échantillon

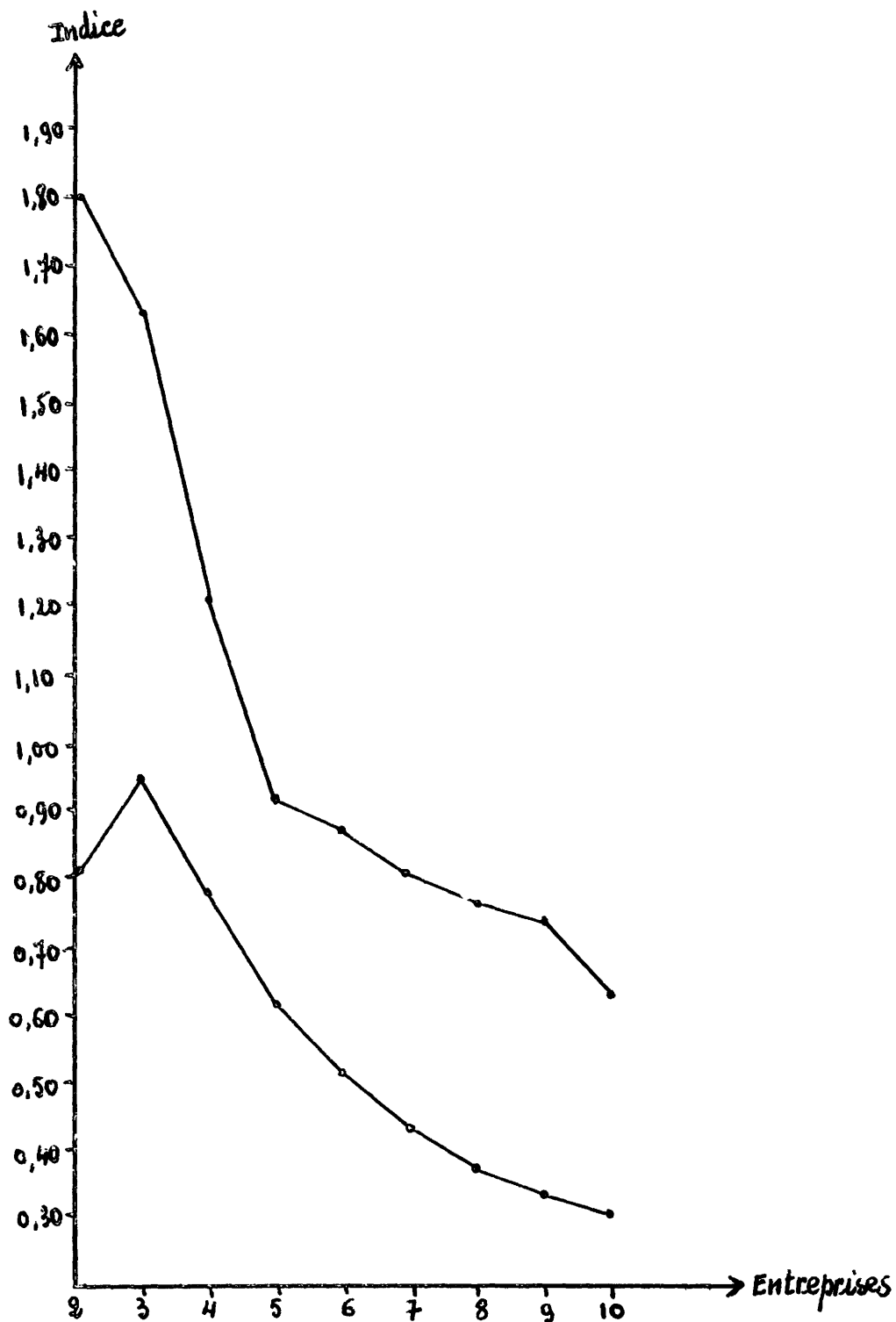
Années Variables	1968		1972	
	Nbre de firmes dans l'échantil- lon	% variable dans l'échan- tillon	Nbre de firmes ds l'échantil- lon	% variable ds l'échan- tillon.
01 - Chiffre d'affaires	10	63,8 %	10	85,7 %
02 - Effectifs	10	59,5 %	10	80,9 %
03 - Masse salariale	10	60,5 %	10	81,7 %
04 - Bénéfice net	16	n.c.	7	n.c.
05 - Cash flow	16	n.c.	9	n.c.
07 - Capitaux propres	16	n.c.	9	n.c.
10 - Valeur ajoutée	10	62,1 %	10	88,9 %

Les données relatives à l'ensemble du secteur n'étant pas disponibles pour les variables 04, 05 et 07, on admettra que la représentativité de l'échantillon y est comparable à ce qu'elle est pour les autres variables.

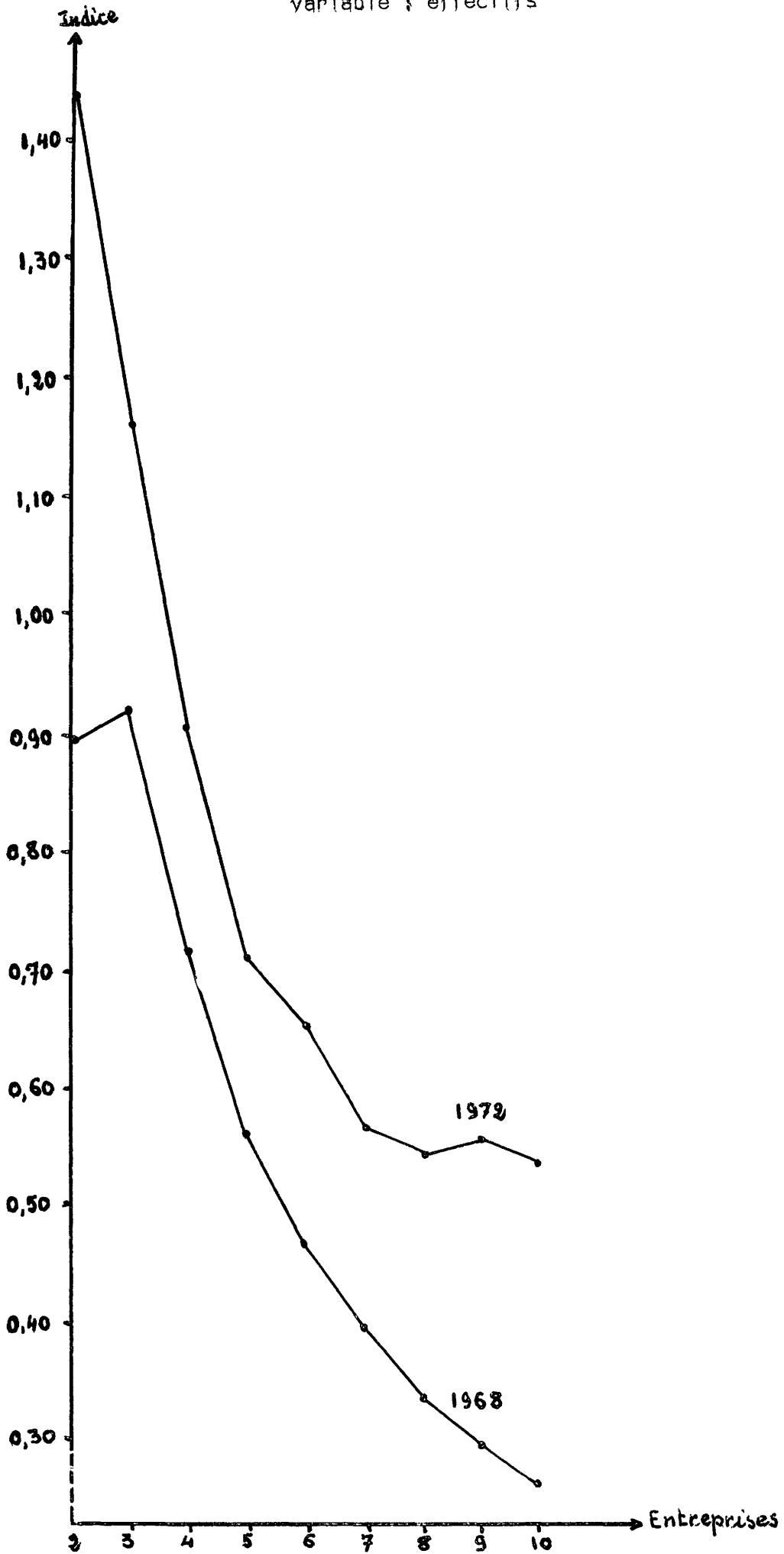
Graphique n° 5 : Courbes structurelles

Indice de l'inda

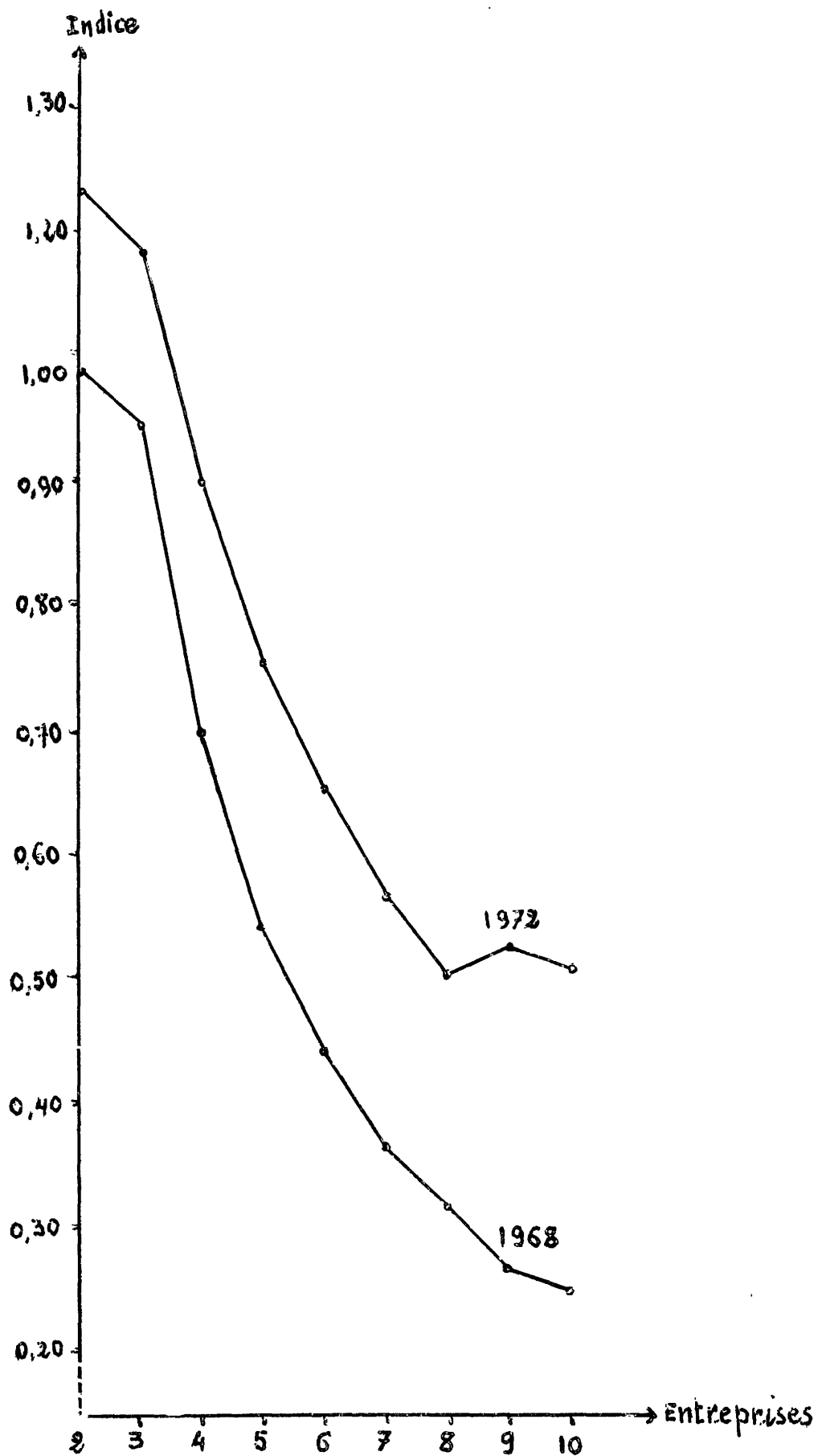
variable : chiffre d'affaires

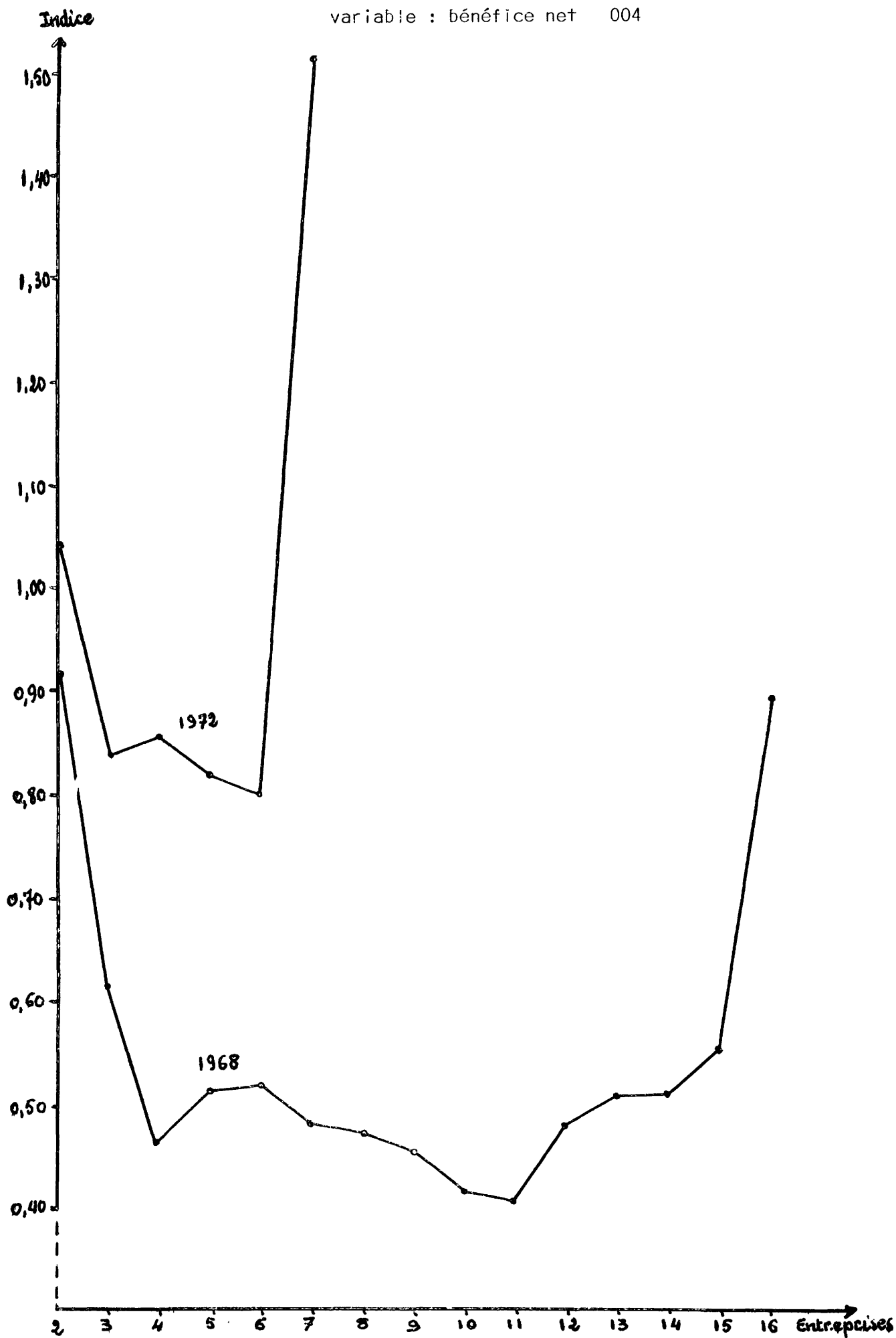


Graphique n° 6 ; Courbes structurelles < indice de l'inda
variable ; effectifs



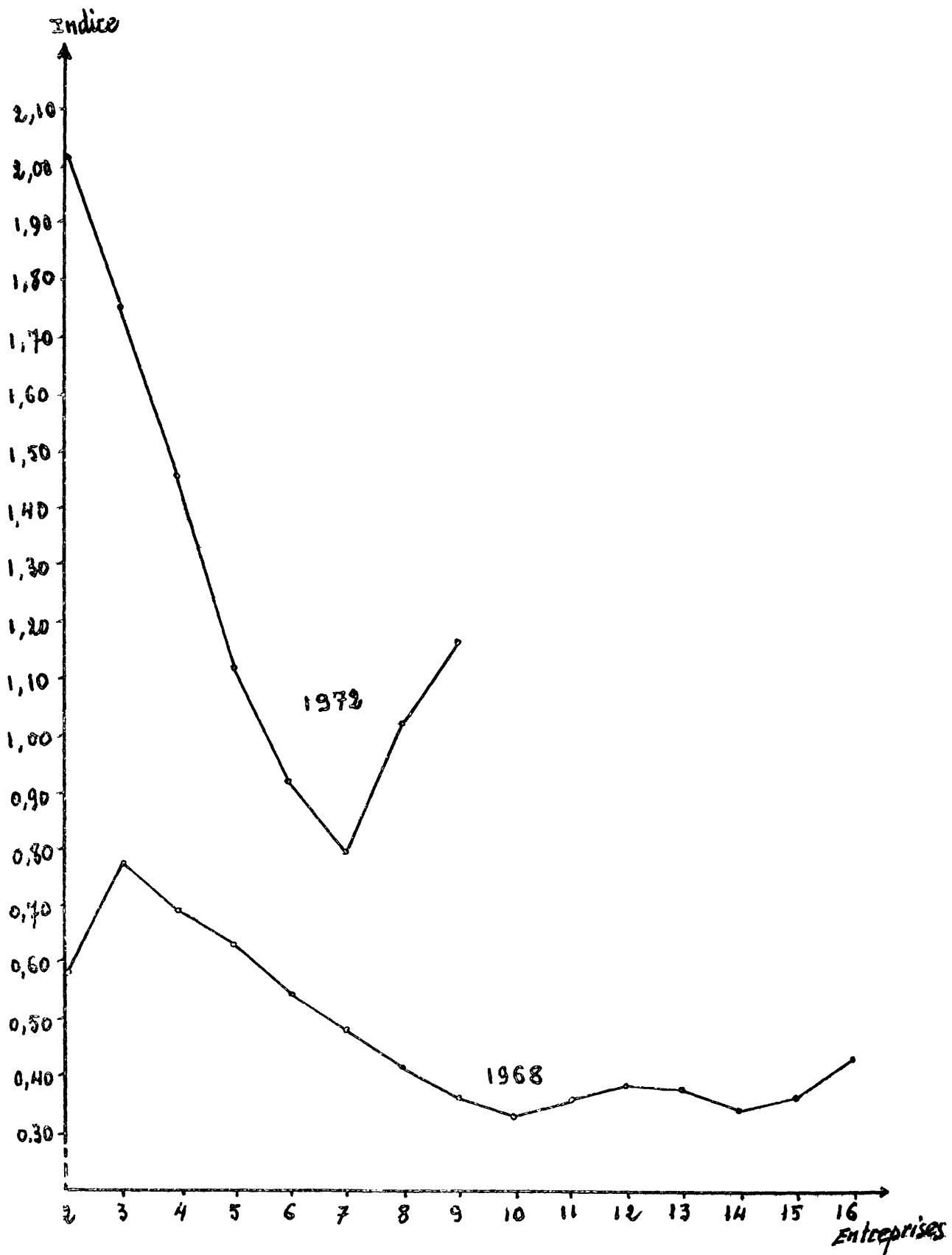
Graphique n° 7 ; Courbes structurelles, « Indice de l'index
variable ; Masse salariale



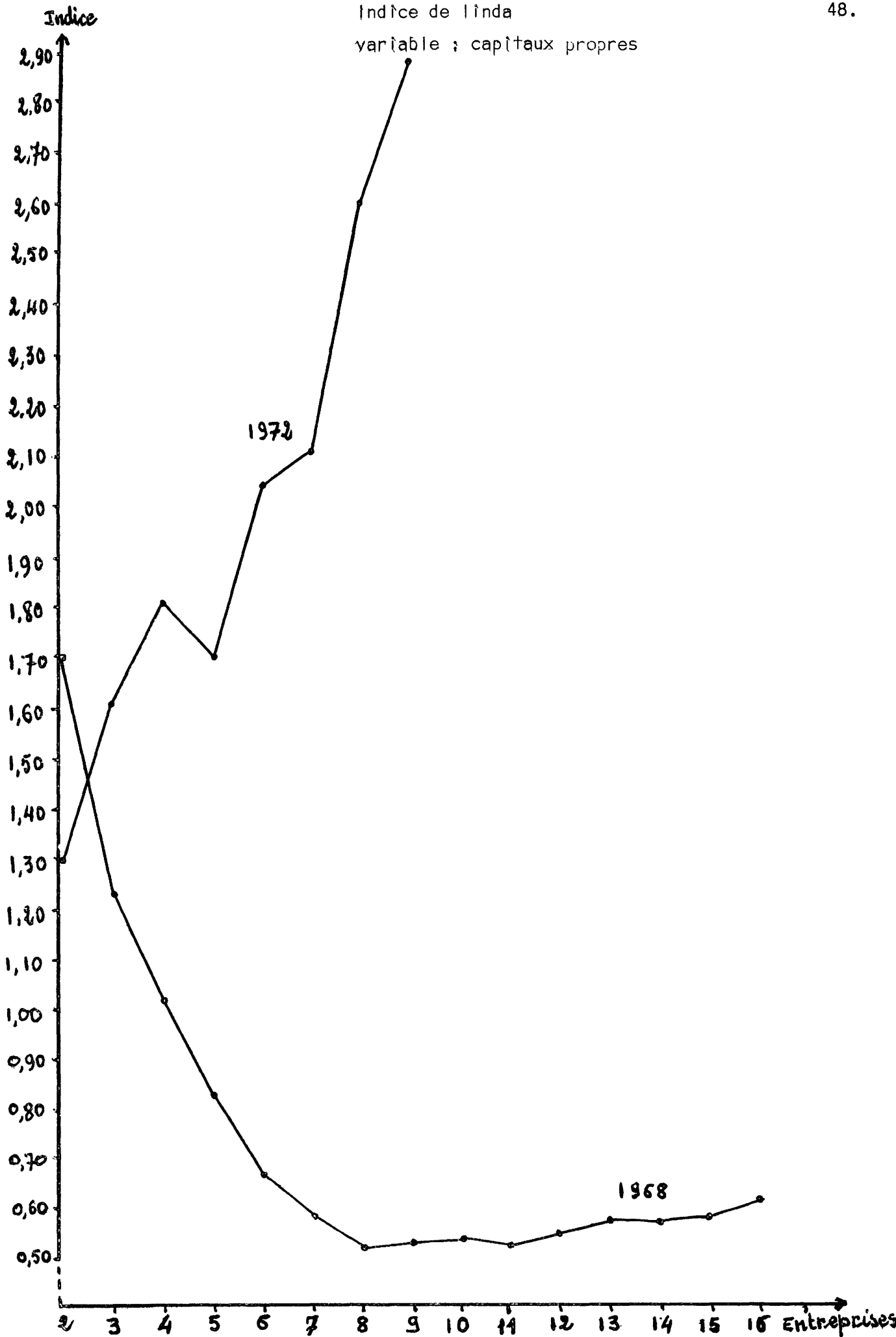


indice de l'indice

variable : Cash-Flow

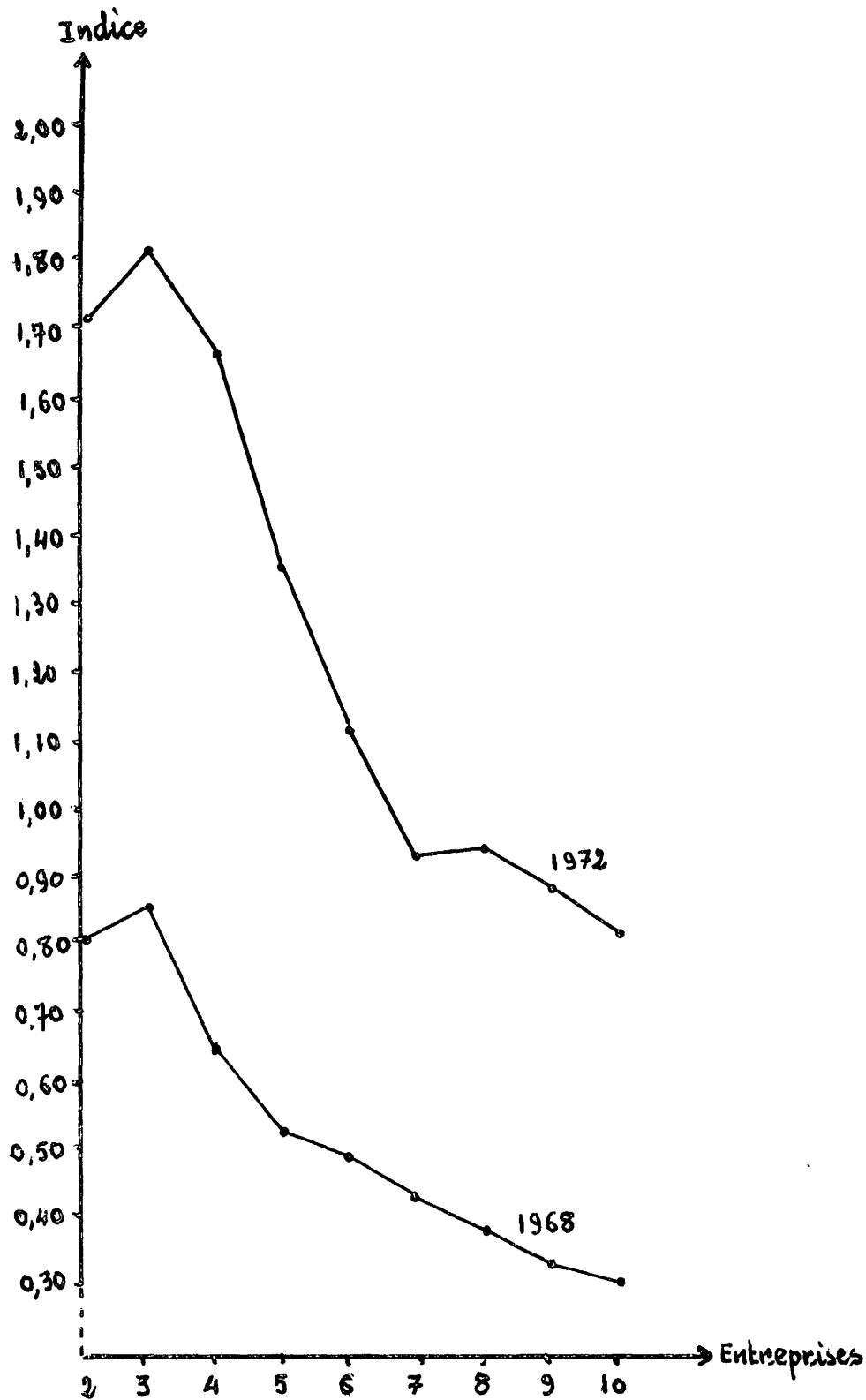


Graphique n° 10 : Courbes structurelles



Indice de l'indice

variable : valeur ajoutée



1°) La concentration des structures

a - en 1968

Cinq des sept variables étudiées, permettent de caractériser l'état et l'évolution de la concentration des structures de production : le chiffre d'affaires, les effectifs, la masse salariale, les capitaux propres et la valeur ajoutée.

Le chiffre d'affaires, dans la mesure où il est traduit aussi en part de marché, fournit des indications sur la concurrence commerciale.

Quant à la valeur ajoutée, qui renseigne sur le degré de transformation du produit ou sur la quantité de services qui sont incorporés, elle résume aussi les potentialités de résultats que peut obtenir l'entreprise.

. A l'exception des capitaux propres, l'arête oligopolistique est confondue avec l'échantillon puisque le minimum de L , soit L_{im}^* est obtenu pour $n = 10$.

Si l'on examine la distribution des variables au-delà de l'échantillon, c'est à dire pour l'ensemble de la population du secteur, on constate qu'il n'apparaît pas de rupture très marquée, à l'exception des 15 à 20 % de firmes les plus petites, qui représentent moins de 5 % de chaque variable.

On est donc en présence d'une structure peu différenciée qui conduit à considérer l'état de la concentration dans le secteur comme plus proche d'une situation de concurrence classique, que d'une structure oligopolistique.

Le maximum de L , soit $L_{nh}^* < 1$, est toujours inférieur à 1, ce qui confirme le fait que la structure de l'échantillon est peu déséquilibrée (les L_s ont une valeur moyenne de 0,5).

Il convient cependant de noter que l'axe oligopolistique correspondant au premier maximum $L_{nh}^* < 1$, apparaît pour les quatre variables à $n = 3$.

Il existe donc, au niveau des deux premières firmes (les deux mêmes pour toutes les variables, à savoir la Société Européenne de Brasserie et la Brasserie Kronenbourg) une tendance à l'oligopolisation, qui se traduit par le fait qu'elles réalisent respectivement 20,6 % et 12,6 % du chiffre d'affaires du secteur.

.. Pour la variable capitaux propres la structure de l'échantillon diffère assez nettement :

- L'arène oligopolistique comprend les huit premières firmes ($L_{n,m}^* = 0,52$ pour $n = 8$), avec une frange assez nettement différenciée, comportant les 77 firmes restantes.

- L'axe oligopolistique apparaît pour $n = 2$, c'est à dire que la première firme est " superpuissante " avec une valeur des capitaux propres trois, quatre fois plus élevée que celle de la deuxième firme.

L'oligopolisation du Secteur est donc nettement plus avancée au niveau du capital mis en oeuvre (du moins du capital propre).

Si l'on admet que l'accumulation du capital dans l'entreprise est le facteur fondamental de la dynamique industrielle, il semble que les prémisses d'une concentration soient annoncées par l'étude de cette variable.

L'analyse des variables de résultats, en 1968, permettra de préciser cette hypothèse (cf. infra).

b - en 1972

L'allure des courbes structurelles est nettement modifiée par rapport à 1968.

En premier lieu, il convient de noter que la part de l'échantillon des dix firmes étudiées, dans l'ensemble du secteur, est passée de 60 % en moyenne pour 1968, à 80-85 % en moyenne pour 1972. En soi, cette information traduit la progression du processus de concentration en cours dans le secteur.

Quatre caractéristiques essentielles ressortent de l'analyse des courbes structurelles de Linda :

. Globalement, ces courbes se sont déplacées, par rapport à 1968, vers les valeurs supérieures de l'axe des ordonnées. Ce point, à lui seul, exprime une plus grande hétérogénéité des structures ; en particulier le rapport de dimensions entre la première et la deuxième entreprise est supérieur à 2, voire à 3 (pour le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée).

.. L'arène oligopolistique se dessine plus nettement qu'en 1968 :

- pour la masse salariale $L_{n,m}^*$ correspond à $n = 8$
- pour le chiffre d'affaires, les effectifs, et la valeur ajoutée le minimum correspond à $n = 10$, mais une rupture nette apparaît dans la courbe pour $n = 5$ (chiffre d'affaires) ou $n = 7$ effectifs, valeur ajoutée) exprimant une coupure dans la distribution des dimensions.

... L'axe oligopolistique s'est déplacé vers la gauche, et se situe en 1972, au niveau de $n = 2$ (sauf pour la valeur ajoutée où il reste à $n = 3$) ; l'oligopolisation se transforme en monopolisation.

Pour le chiffre d'affaires, les effectifs et la masse salariale, la première entreprise, ou plus exactement le premier groupe (B.S.N. Bière, cf. infra) contrôle entre 42 et 45 % du secteur.

.... Le processus de monopolisation est nettement plus accentué pour ce qui concerne les capitaux propres. Le premier groupe (B.S.N. Bière) détient 60 % des capitaux au niveau de l'échantillon des 9 entreprises, soit environ 50 à 55 % de l'ensemble du secteur.

La courbe structurelle de Linda, qui est ascendante, traduit cette tendance monopolistique, avec 4 firmes (45 % du total) qui ne détiennent que 2,7 % des capitaux.

2°) La concentration des résultats

a - En 1968

. Le graphique 9 montre que la distribution des entreprises par rapport à l'importance du cash-flow (cash-flow net) dégagé fait apparaître une structure oligopolistique assez nette. L'arête oligopolistique comprend les 10 premières firmes, et l'axe oligopolistique distingue les deux premières comme étant dominantes (elles totalisent à elles deux 50 % du cash flow dégagé par les 16 entreprises de l'échantillon. Il s'agit des deux entreprises citées ci-dessus.

.. Le rapport aux bénéfices nets dans la distribution des entreprises dans l'échantillon, présente plusieurs particularités.

L'arête oligopolistique comprend quatre entreprises seulement, et comporte une seule entreprise leader, qui détient 30,2 % des bénéfices dégagés par l'ensemble des 16 firmes de l'échantillon. Ce qu'il est important de noter c'est que le classement des entreprises en fonction du niveau des bénéfices nets diffère très sensiblement de celui établi pour les autres variables, y compris le cash-flow.

A l'exception de l'entreprise classée première pour les bénéfices nets, et qui est, pour les autres variables, la deuxième (Brasserie Kronenbourg), les autres bénéfices les plus importants sont plutôt le fait d'entreprises moyennes. La Société Européenne de Brasserie, leader du secteur en 1968, et détenant 27 % du cash-flow total de l'échantillon, n'a que le quatrième rang pour les bénéfices nets.

b - En 1972

. Comme pour les capitaux propres, le premier groupe réalise 57,8 % du cash-flow de l'échantillon. Par contre, la distribution est moins asymétrique ensuite, l'arène oligopolistique étant marquée pour $n = 7$: la participation des entreprises moyennes, voire petites, à l'accumulation dans le secteur, pourrait donc rester, en apparence, assez bonne. Cependant, une politique systématique de distribution des dividendes pour attirer les capitaux, peut limiter l'autofinancement effectif.

.. De fait, au niveau du bénéfice net on retrouve, comme en 1968, de bons résultats pour des entreprises moyennes et quelques déficits importants pour des firmes leaders (notamment l'Union de Brasseries, numéro 2 du Secteur).

II - Analyse hiérarchique de la concentration des variables.

La méthode de la hiérarchisation des variables, mise au point par R. Linda, permet d'affiner l'analyse qui précède, concernant la différenciation du processus de concentration selon les variables.

Le tableau ci-après donne l'évolution de la hiérarchie des variables de 1968 à 1972.

Variables	Classement hiérarchique				
	1968	1969	1970	1971	1972
01 - Chiffre d'affaires	2	5	1	2	4
02 - Effectifs	4	3	5	5	5
03 - Masse salariale	3	6	6	6	6
04 - Bénéfice net	5	1	7	7	7
05 - Cash-flow	6	2	2	1	1
07 - Capitaux propres	1	4	3	4	3
10 - Valeur ajoutée	7	7	4	3	2

Rappelons que la hiérarchisation des variables, à partir du maximum de L , soit $L_n \times_h <$, et de L_s , permet de comparer, en valeurs ordinales, le degré de déséquilibre structurel du secteur, selon la variable prise en compte.

Plus une variable se rapproche du début du classement, et plus l'inégalité de sa distribution dans l'arène oligopolistique est forte. En particulier, des valeurs élevées de $L_{n \times h}$ et de L_S indiquent la présence de une ou deux entreprises superpuissantes, donc d'une structure pour la variable considérée, à tendance duopolistique, voire monopolistique.

- En 1968, ce sont les variables de structure qui traduisent le plus fort déséquilibre.

- En 1972, le cash-flow vient en tête, mais le bénéfice net reste en septième position.

Il semble, et cela confirme les analyses précédentes, que la concentration des structures (et notamment des capitaux propres (rangs 1 en 1968, 3 en 1972), se traduise de plus en plus au niveau des résultats (cash-flow), en raison de la productivité du capital (valeur ajoutée : 7 en 1968, 2 en 1972).

Cependant, l'inégale structure du cash-flow entre les entreprises, avec notamment (cf. infra) une plus forte politique de distribution de dividendes pour les petites, fait que la concentration au regard de la variable bénéfice net est la moins accentuée de toutes les variables.

Ajoutons que dans les périodes de restructuration rapide du secteur, certaines des firmes, initiatrices de cette restructuration, connaissent des résultats déficitaires (cas de Union de Brasserie, numéro deux du secteur, en 1972).

Ces situations sont intéressantes à analyser car elles peuvent laisser présager de nouveaux regroupements structurels.

Enfin, il convient de signaler que le classement hiérarchique de la variable " chiffre d'affaires, en fait ressortir l'inégale importance selon les périodes.

III - Analyse dynamique de la concentration et de la concurrence : L'évolution de la synthèse compensatoire.

L'établissement de la matrice de la synthèse compensatoire va nous permettre d'aboutir à une interprétation synthétique de la structure et de la dynamique concurrentielle du secteur.

Nous raisonnerons sur la variable " chiffre d'affaires ", considérée comme représentation de la concentration et de la concurrence en termes de parts de marchés.

Evolution de la matrice de la synthèse compensatrice

$$\frac{L_S}{F} = \Lambda \quad \text{pour le chiffre d'affaires.}$$

$F \backslash L_S$	1968	1969	1970	1971	1972		Λ
	0,570						—
1969/1968		$\frac{0,502}{1,520}$					0,330
1970/1969			$\frac{1,054}{2,380}$				0,443
1971/1970				$\frac{1,111}{0,295}$			3,766
1972/1971					$\frac{1,043}{0,150}$		6,953

1°) Evolution des structures

D'une valeur de 0,5 en 1968 et 1969, l'indice L_S passe à 1, en 1970, 1971, 1972.

Au regard du tableau établi par R. Linda, cette variation traduit le passage d'une structure d'oligopole peu déséquilibré, à une structure à tendances duopolistiques et quasi monopolistiques.

On trouve là, la confirmation objective de l'analyse faite précédemment, qui soulignait l'apparition, en 1972, d'un processus de monopolisation.

La rupture des structures entre 1969 et 1970 correspond à la constitution, à la suite d'une série de fusions-absorptions (cf. infra la monographie des entreprises), des deux groupes leaders du secteur (B S N Bières et Union de Brasserie).

2°) Dynamique de la concurrence

. Il convient d'analyser l'évolution de l'indice F, année par année.

. Entre 1968 et 1969, la dynamique de la concurrence est très élevée, à la suite de modifications notables dans la répartition des parts de marché : séries de fusions-absorptions liées à la structuration du groupe " Union de Brasseries ", et au début de celle de " B S N Bière ".

.. Entre 1969 et 1970, très forte accentuation de la dynamique concurrentielle, fin de la constitution du groupe "B S N-Bières".

... Entre 1970 et 1971, dynamisme relativement réduit : le groupe B S N accroît sa part de marché.

.... Entre 1971 et 1972, immobilisme marqué : les parts de marché restent figées et le secteur devient rigide.

3°) Le baromètre concurrentiel.

La synthèse entre les deux processus analysés ci-dessus, à l'aide de l'indice Λ , permet de situer le secteur analysé à l'intérieur du " Baromètre concurrentiel " (cf. annexes).

. De 1968 à 1970, le secteur est situé dans la " Zone verte ", proche du maximum concurrentiel :

- . Arène oligopolistique très étendue et très équilibrée,
- .. Existence d'une concurrence très intense.

.. En 1971, le Secteur passe dans la " Zone jaune " :

- . Arène oligopolistique déséquilibrée (mais non réduite), caractérisée par l'existence d'un pouvoir de domination détenu par deux firmes.
- .. Existence de restrictions de la concurrence se traduisant par une certaine rigidité des positions et des parts de marché.

... En 1972, le secteur atteint la " Zone orange " :

- . Arène oligopolistique très déséquilibrée, susceptible d'aboutir au duopole.
- .. Existence de tendances à l'accentuation de la rigidité des structures. Le risque d'élimination du jeu concurrentiel se dessine.

4°) Evolution de la synthèse compensatoire pour le cash-flow.

Nous avons constaté précédemment, que l'ampleur et l'évolution de la concentration et de la concurrence étaient sensiblement différentes selon que l'on considérait les variables de structure ou les variables de résultats.

Le déséquilibre sectoriel étant le plus accentué au cours de la période étudiée, pour le cash-flow, il est intéressant de construire la matrice de la synthèse compensatoire pour cette variable.

Evolution de la matrice de la synthèse compensatoire
pour le cash-flow

F \ L _S	1968	1969	1970	1971	1972		Δ
	0,536						-
	-						-
1969/1968		$\frac{0,607}{2,230}$					0,272
1970/1969			$\frac{1,139}{2,652}$				0,429
1971/1970				$\frac{1,379}{0,399}$			3,456
1972/1971					$\frac{1,347}{0,242}$		5,566

a - Evolution de la répartition du cash-flow

La variable L_S indique, année par année, le degré de déséquilibre au regard de la répartition du cash-flow entre les firmes. On constate que partant d'une situation, en 1968, relativement plus équilibrée que pour le chiffre d'affaires (L_S = 0,536 contre 0,570), le déséquilibre s'accroît nettement dès 1969 et en 1972, les tendances monopolistiques sont plus marquées pour le cash-flow que pour le chiffre d'affaires (L_S = 1,347 contre 1,111).

b - Dynamique de la concurrence

Les valeurs de F pour le cash-flow sont toujours supérieures aux valeurs correspondantes pour le chiffre d'affaires. Le dynamisme concurrentiel reste donc en général supérieur, y compris en 1972.

Ce relatif dynamisme, coexistant avec une structure à tendance nettement monopolistique, s'explique en raison de la variabilité des résultats, pour une même entreprise, d'une année à l'autre. Bien que les structures soient très figées, la variabilité temporelle des résultats laisse subsister une apparence de dynamisme concurrentiel en regard de la variable F

c - Le baromètre concurrentiel

De façon générale les valeurs de l'indice Λ restent en-deçà de celles calculées pour le chiffre d'affaires.

Compte tenu des remarques qui précèdent, concernant la réalité du dynamisme concurrentiel en matière de résultats, on peut admettre que l'analyse faite avec la variable chiffre d'affaires, est confirmée avec la variable cash-flow.

Le secteur de la brasserie a évolué, en cinq ans, d'une situation de concurrence relativement intense, vers un état caractérisé par une forte rigidité des structures, avec des tendances monopolistiques marquées.

CHAPITRE VI - ANALYSE QUALITATIVE DE LA CONCENTRATION
ET DE LA CONCURRENCE.

L'analyse de l'évolution concrète des entreprises va permettre de définir les dimensions économiques, sociales et financières du processus de concentration mesuré au chapitre précédent.

Le tableau 12 retrace l'évolution depuis 1965 des structures d'entreprises aboutissant, en 1975, à la constitution des cinq premiers groupes du secteur, réalisant 80 % des ventes totales.

Les grandes étapes, groupe par groupe, de cette restructuration vont permettre d'en dégager les facteurs et les modalités.

I - Les étapes de la restructuration

Le tableau n° 13, donne de 1968 à 1972, l'évolution des parts de marché pour l'échantillon que nous avons analysé dans le chapitre précédent. Le tableau 14 indique les volumes de production en 1973 pour les premières entreprises.

Les grandes étapes, groupe par groupe de cette restructuration vont permettre d'en dégager les facteurs et les modalités (1).

1°) Le groupe B.S.N.

Leader du secteur depuis 1970, ce groupe représente, en 1974, une partie de l'activité " Boissons " du groupe B.S.N.-Gervais Danone, elle-même réalisant 42 % du chiffre d'affaire total, qui était en 1974, de plus de 10 milliards de francs.

Il comprend les brasseries suivantes (cf. organigramme) :

- Société Européenne de Brasserie (S.E.B.)
- Brasseries Kronembourg
- Brasseries Duménil
- Grande Brasserie du Val de Cygne
- Brasserie de la Manche
- Brasserie La Bourgogne.

La production annuelle est de l'ordre de 9,5 millions d'hectolitres de bière.

(1) d'après : " Les accords inter-entreprises dans les Industries Agricoles et Alimentaires. Agra-Alimentation - Etudes 1965 à 1974.

Evolution de la concentration des entreprises dans le secteur de la Brasserie

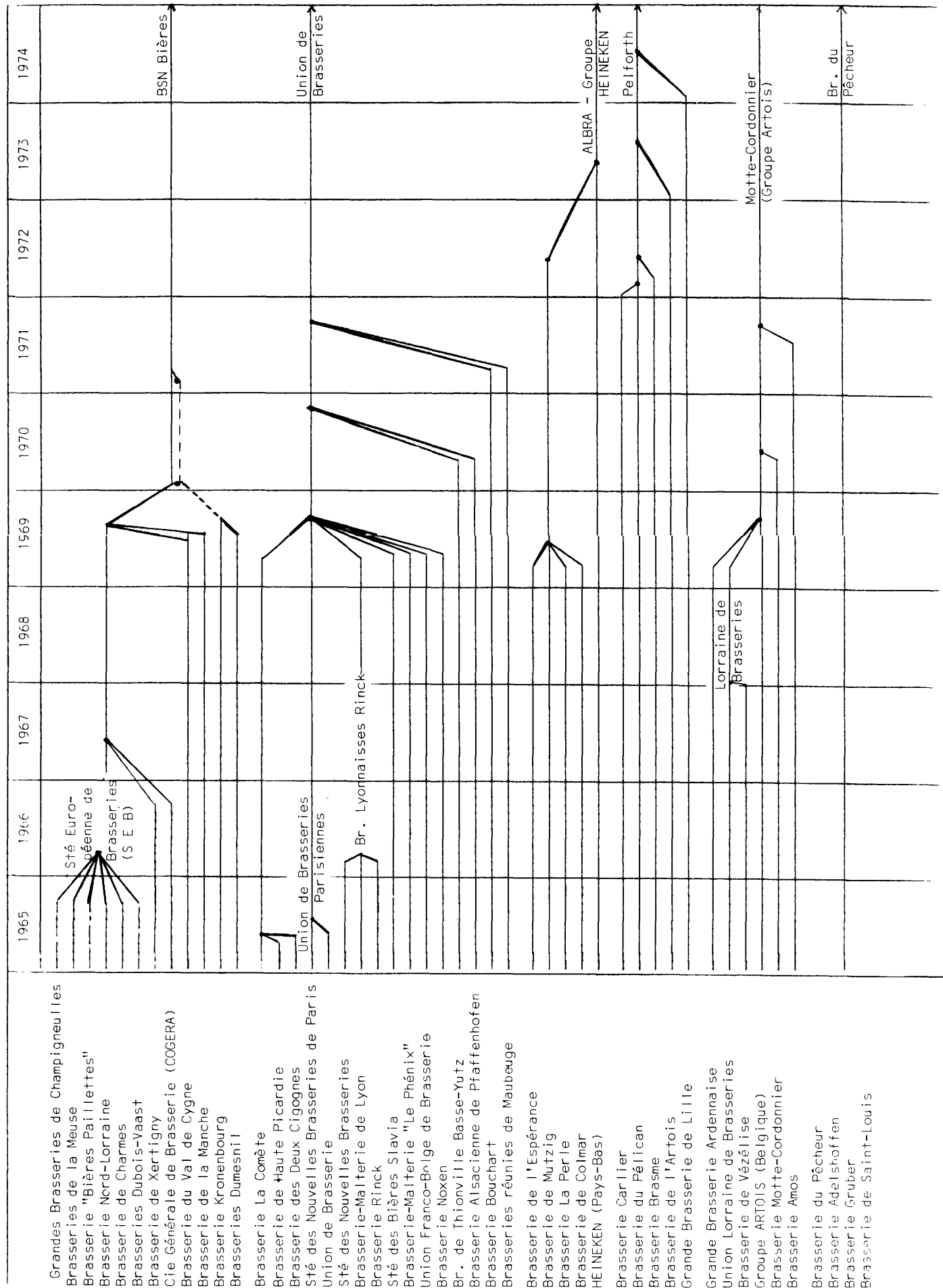


Tableau 13-

EVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ ET DU CLASSEMENT
DES ENTREPRISES DE TÊTE
DANS LE SECTEUR DE LA BRASSERIE

rang	1 9 6 8		1 9 6 9		1 9 7 0		1 9 7 1		1 9 7 2	
	Firmes	% C.A.	Firmes	% C.A.	Firmes	% C.A.	Firmes	% C.A.	Firmes	% C.A.
1	S.E.B.	20,6	S.E.B.	21,1	B.S.N.-Bières	41,3	B.S.N Bières	44,4	B.S.N. Bières	45,0
2	Kronenbourg	12,6	Kronenbourg	15,4	Union de Bras.	11,7	Union de Bras.	12,7	Union des Brass.	12,5
3	Le Phénix	5,0	Union de Brasserie	12,9	ALBRA	6,2	ALBRA	6,2	ALBRA	5,9
4	La Comète	4,3	ALBRA	6,9	Motte-Cordonnier	4,2	Motte-Cordonnier	5,1	Pelforth	5,6
5	Union de Bras. Paris.	4,1	Motte-Cordonnier	4,0	Le Péllican	4,1	Le Péllican	4,1	Motte-Cordonnier	5,5
6	Motte Cordonnier	3,9	Péllican	3,6	du Pêcheur	3,1	du Pêcheur	3,0	du Pêcheur	3,1
7	Le Péllican	3,7	du Pêcheur	3,0	la Moderne	2,4	la Moderne	2,4	la Moderne	2,6
8	L'Espérance	3,6	de Lille	2,5	de Lille	2,4	de Lille	2,2	de Lille	2,1
9	du Pêcheur	3,1	La Moderne	2,2	Bouchart	1,2				
10	de Lille	2,6								
11	la Moderne	2,3								
12	Dumesnil	2,1								
13	Bouchart	1,2								
14	de Thionville	1,1								
Total échantillon		70,2		71,6		76,6		80,1		82,3
Secteur : 85 firmes		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0
C.A. ttc = 1.688,8 MF				2.026,7 MF		2.129,5 MF		2.537,9 MF		2.684 MF
				70 firmes		63 firmes		54 firmes		50 firmes
				2.026,7 MF		2.129,5 MF		2.537,9 MF		2.684 MF

Tableau 14

CLASSEMENT DES ENTREPRISES FRANCAISES
DE LA BRASSERIE EN FONCTION DE LEUR VOLUME DE PRODUCTION
- 1973 -

Rang	Entreprises	Production en 1000 hl	% de la production totale.
1	B.S.N.	10.900	48,1
2	Union de Brasseries	3.410	15,0
3	Pelforth Pelican	1.800	7,9
4	Motte-Cordonnier	1.400	6,2
5	ALBRA	1.243	5,5
6	Pêcheur	838	3,7
7	Grande Brasserie Moderne	600	2,6
8	Grande Brasserie de Lille	312	1,4
9	Semeuse	276	1,2
10	Amos	250	1,1
11	Meteor-L. Haag Metzger et Cie	226	1,0
12	Jupiter-France	200	0,9
13	Grande Br. des Enfants de Gayant	200	0,9
14	Les Débitants Réunis-Deher	180	0,8
15	Br. de la Patrie-Schlumberger	(150)	0,7
16	Br. de Jeanne d'Arc	140	0,6
17	Union des Coopérateurs	135	0,6
		22.260	98,2

Source : " L'industrie brassicole en Europe"- p. 31

DAFSA Analyse Paris 1975.

La constitution de ce groupe s'est réalisée de la façon suivante :

Société intégrante	Sociétés intégrées	Détail de l'opération	Date
Grandes Brasseries de Champigneules	<u>Brasseries de la Meuse</u>	Création d'un holding commun (SOFIG), à raison de 92 % des parts pour Champigneules et 8 % pour la Meuse : Sté Française d'investissements et de gestion Création ensuite de la SFP (Sté française de participations et d'études).	Nov. 1965
Grandes Brasseries de Champigneules	Brasseries de la Meuse, Bières Paillette, Nord Lorraine Brasserie de Charmes Brasserie Dubois Vaast	Regroupement sous la dénomination : Sté Européenne de brasseries. Absorption par Champigneules des Brasseries de la Meuse, sa filiale et des Stés Brasseries Alsacienne, " Bières Paillette" du Havre "Nord Lorraine" de Roubaix, "Brasseries de Charmes" (Vosges), Brasseries Dubois Vaast (Denain).	juin 1966 juin 1966
Société Européenne de Brasseries	Compagnie Générale de Brasserie (COGEBRA)	Absorption - la COGEBRA fait apport à la SEB de ses trois usines (Riom, Béziers, Marseille). Création de la Société commerciale de la Compagnie Générale de Brasserie.	janv. 1967
Brasserie Kronenbourg	Brasseries Dumesnil	Prise de participation majoritaire des Brasseries Kronenbourg dans les Brasseries Dumesnil. Les deux Stés coordonneront leurs moyens de production et de distribution.	mars 1969
Sté Européenne de Brasserie	Brasserie du Val des Cygnes à Valenciennes	Prise de participation majoritaire de la S.E.B.	mai 1969
Sté Européenne de Brasserie	Brasserie de la Manche à Eu	Prise de participation majoritaire de la SEB	mai 1969
B.S.N.	<u>B.S.N./Kronenbourg</u>	Bousois-Souchon-Neuvesel (BSN) absorbe Kronenbourg	janv. 1970
B.S.N.	<u>B.S.N./Société européenne de brasseries</u>	B.S.N. prend une participation de 28 % dans la S.E.B. (Société Européenne de brasseries)	janv. 1970

B.S.N.	Sté Européenne de Brasseries	Le groupe Boussais-Souchon Neuvessel absorbe la Société Européenne de Brasseries ainsi que les Grandes Brasseries et Malteries Alsaciennes d'Angoulême, la Société Immobilière et de Crédit de Champigneules, la Sté Auxiliaire et de Crédit des Brasseries et Malteries de Franche-Comté.	Novem. 1972.
Société Européenne de Brasseries	17 sociétés filiales	Dans le cadre de la restructuration du groupe, l'Européenne de Brasseries absorbe ses 17 sociétés filiales dont les noms suivent : Cie Rouennaise des Eaux Minérales Brasseries de la Manche, Sté commerciale Lorraine-Alsace-Languedoc, Ets Cazin, Grande Brasserie du Val des Cygnes-Anciens Ets Henri Bare, Entrepôt du Pont Neuf Sté Lorraine et Coloniale, Sté de distribution des bières de la Manche, Sté Dégoul et C°, SO.GE. DIS (Sté Générale de distribution de bières et boissons gazeuses), Entrepôts Blard-Kramer, Brasserie St-Julien, Limonaderie de Royan, Limousine de bières et boissons gazeuses, Sté Zimmer-Vinofrui, Sté Alauzet-La Toulousaine et Sté Von Burhen Fres.	Novem. 1973

2°) Le groupe Union de Brasseries

Contrôlé à 37 % (participations directes et indirectes) par la Société Holding des Brasseries et Glacières de l'Indochine, elle-même contrôlée par le Groupe de la Paternelle (Lazard Fres et C°), le Groupe Union de Brasserie, produit et commercialise environ 3,5 millions d'hectolitres de bière.

Sa constitution s'est réalisée ainsi :

Société intégrante	Sociétés intégrées	Détails de l'opération	Date
Brasserie La Comète	Brasserie de Hte-Picardie et des Deux Cigognes	Absorption par les Brasseries de la Comète de ces deux sociétés	début 1965
Sté des Nouvelles Brasseries de Paris	Union de Brasseries	Apport par l'Union de Brasseries de tout son actif immobilier à la Sté des Nouvelles Brasseries de Paris, contre la prise en charge du passif.	novembre 1965
Brasseries et Glacières d'Indochine		Fusion des trois brasseries Lyonnaises du groupe BGI : la Sté des Nouvelles Brasseries, la Brasserie et malterie de Lyon et la Brasserie Rinck fusionnent sous la dénomination Brasseries Lyonnaises Rinck-SNEL.	octobre 1966
Brasseries réunies de Maubeuge	Brasseries de Longueville/Brasseries Jules Gillet	Absorption des Brasseries de Longueville (anciens Ets Lecq S.A.) dont les produits sont distribués sous la marque Forta par les Brasseries réunies de Maubeuge. Prise de contrôle par cette Société de la Brasserie Jules Gillet à Hautmont.	août 1967
Union de Brasseries	Union des brasseries lyonnaises Rinck, Bières Slavia-Brasserie Comète /Brasserie malterie "Le Phénix", Union franco-belge de brasserie Noxen, Union Brass. parisiennes	Le regroupement envisagé en décembre 1968 de ces six sociétés brassicoles a abouti en novembre 1969, à leur fusion au sein de "Union de brasseries"	novem. 1969
Union de Brasseries	Brasserie Thionville	Prise de contrôle par Union de brasseries de la Brass. de Thionville Basse-Yutz	décemb. 1969.
SOCOMET	S.C.U.B. Brasserie Gouvion & C°, Brasserie Le Cerf et C°, SACO, S.E.B.E.O.	La Société de commercialisation des produits de brasseries de La Comète (Socomet) se transforme en France-Boissons Nord, et rémunère par augmentation de capital les apports réalisés à titre de fusion par : la Société commerciale de l'Union de brasseries (S.C.U.B.), la brasserie A. Gouvion & C°, la Brasserie Le Cerf & C°, la Sté d'exploitation de brasserie et d'entrepôts de l'Orléanais (S.E.B.E.O.), la Sté d'approvisionnement des collectivités (S.A.C.O.).	févr. 1970

Union de Brasseries	Brasserie alsacienne de Pfaffenhoffen	Absorption par Union de brasseries, de sa filiale Brasserie alsacienne de Pfaffenhoffen. Le capital de l'Union de brasseries est porté à la suite de ces opérations à 83,3 millions de francs.	août 1970
Union de Brasseries	Brasserie de Thionville Basse-Yutz	Asorption par Union de Brasseries, de sa filiale Brasserie de Thionville.	août 1970
Union de Brasseries	Brasseries Bouchart	Le deuxième groupe brassicole français, l'Union de Brasseries acquiert le contrôle de la 9ème brasserie nationale : Les Brasseries Bouchart de St Amand les Eaux.	mai 1971
Union de Brasseries	Brasseries Réunies de Maubeuge	Fusion-absorption par l'Union de Brasseries des Brasseries Réunies de Maubeuge qui ont pour spécialité la fabrication de bière brune de luxe.	juin. 1971.

3°) L'Alsacienne de Brasseries (ALBRA)

La Société Alsacienne de Brasserie, contrôlée depuis 1972 par le groupe Néerlandais Heineken (plus de 5 millions d'hectolitres de bière), est le troisième groupe français du secteur, par le chiffre d'affaires. Elle produit et commercialise entre 1,2 et 1,4 million d'hectolitres de bière.

../.

Les étapes de la constitution du groupe ALBRA :

Société intégrante	Sociétés intégrées	Détail de l'opération	Date
Alsacienne de Brasserie	Brasserie de l'Espérance, Brasserie de Mutzig, Brasserie La Perle, Brass. de Colmar	Fusion de quatre brasseries alsaciennes au sein d'une nouvelle Sté : L'Alsacienne de brasserie Albra.	avril 1969
Heineken	Brasserie de l'Espérance	A la faveur d'une O.P.A. (Offre Publique d'Achat) et en accord avec la Société Française, le groupe néerlandais HEINEKEN prend le contrôle (75 % du capital) de la Brasserie de l'Espérance, société holding côtée à Nancy du groupe brassicole ALBRA (Alsacienne de Brasserie).	août 1972
Heineken	MALAYAN BREWERIES Ltd, Brasseries de l'Espérance.	La Sté de Singapour MALAYAN BREWERIES Ltd, du groupe néerlandais HEINEKEN, acquiert 25 % du capital des Brasseries de l'Espérance, dont la quasi totalité était déjà détenue par HEINEKEN. Il s'agit donc d'une répartition du capital des Brasseries de l'Espérance qui détiennent 50 % du capital de l'Alsacienne de Brasseries - à l'intérieur du Groupe HEINEKEN.	avril 1973

4°) La Brasserie Pelforth

La Brasserie Pelforth est le troisième groupe français pour le volume d'activité (1,8 million d'hectolitres en 1973), et le quatrième pour le chiffre d'affaire.

La constitution de la Brasserie Pelforth est relativement récente :

Firme intégrante	Firmes intégrées	Détails de l'opération	Date
Ets CHOTEAU	Grande brasserie de Lille	Les Etablissements Choteau prennent une participation majoritaire dans la Grande Brasserie de Lille (cotée en bourse de Lille)	févr. 71
Pelforth	Brasseries du Pélican à Lille/Brasserie Carlier à Dunkerque	Déjà unies par des liens d'intérêt de la famille, les deux brasseries du Nord de la France fusionnent au sein de la Sté anonyme Pelforth (Capital de 8,5 M de F).	juin 1972
Pelforth	Brasserie Brasme à Aix Nouettes (Pas de Calais)	Prise de contrôle par la brasserie Pelforth de la Brasserie Brasme	juillet 1972
Pelforth	Ets CHOTEAU à Lille	Le groupe Pelforth prend, avec le concours du groupe financier nancéen Hanus, une participation minoritaire dans les Ets CHOTEAU.	juillet 1972
I. D. I.	Brasserie Pelforth	L'Institut de Développement industriel prend une participation minoritaire dans Pelforth afin de faciliter la réalisation simultanée d'un plan d'investissement et d'un programme d'acquisition propre à stimuler son expansion.	juillet 1972
Grande Brasserie de Lille	Brasserie Centrale du Nord de la France	Fusion entre les deux sociétés par voie d'absorption de la Brasserie Centrale du Nord de la France par la Grande Brasserie de Lille, contrôlée par les Ets CHOTEAU	juillet 1972

Brasserie de Brasme	Brasserie de l'Artois à Arras	La BRASSERIE DE BRASME, dont le groupe PELFORTH a pris le contrôle en 1972, absorbe la Brasserie de l'Artois.	avril 1973
Pelforth	Ets CHOTEAU	Pelforth et le groupe financier HANUS élèvent leur participation dans les Etablissements CHOTEAU à 30 % chacun	avril 1974

5°) Le groupe Motte-Cordonnier

Contrôlées depuis 1970 par le groupe Belge des Brasseries de l'Artois, les Brasseries et Malteries Motte Cordonnier, réalisent un volume de ventes de l'ordre de 1,2 million d'hectolitres, alors que le volume des fabrications n'est que de l'ordre de 0,7 million d'hectolitres.

La structuration du groupe s'est réalisée autour des Brasseries de l'Artois.

Firmes intégrantes	Firmes intégrées	Détails de l'opération	Date
Brasseries de l'Artois	Grande brasserie ardennaise, Union Lorraine de brasseries Brasserie de Vézelise	Rachat par la Brasserie belge Artois (siège à Louvain) de trois brasseries lorraines : Grande Brasserie ardennaise de Sedan, Union lorraine de brasseries à St Nicolas du Port et Brasserie de Vézelise (Mthe et Mlle). Ces deux brasseries formaient une entreprise commune.	février 1969
Brasserie de l'Artois	Motte Cordonnier	Le groupe belge des brasseries s'assure par une offre publique d'achat (O.P.A.), le contrôle des Brasseries Motte Cordonnier	juin 1970
Grandes Brasseries ardennaises	Lorraine de Brasseries à St Nicolas du Port et Brasserie de Vézelise.	Le groupe belge des brasseries de l'Artois, après avoir racheté en févr. 1969 trois brasseries lorraines : Gde Brasserie Ardennaise (de Sedan) et Brasserie de Vézelise (M. & M.) et de St-Nicolas (St Nicolas de Port M & M), (ces deux dernières formant une entreprise commune "Lorraines de Brasserie"), prépare leur fusion au profit de la Lorraine de Brasseries.	juillet 1971
Lorraine de Brasserie	Brasserie Amos	Absorption de la Brasserie Amos de Metz par la Lorraine de Brasseries. Au terme de cette restructuration interne le nouvel	juillet 1971

II - Les axes de la restructuration

L'histoire des dix dernières années de l'industrie française de l'industrie française de la Brasserie, fait apparaître les principales modalités de restructuration des entreprises. L'étude des axes selon lesquels le processus se développe aidera à préciser la logique globale d'évolution de ce secteur.

Deux axes fondamentaux paraissent s'imposer à l'analyse :

- un processus intense de concentration, par croissance externe. Ce processus est accompagné de deux mouvements complémentaires
 - . de diversification des activités vers d'autres secteurs,
 - . et d'internationalisation des capitaux.
- un processus, le plus souvent consécutif au premier, de restructuration interne des entreprises et des groupes.

1°) Le processus de croissance externe

Il est nécessaire de distinguer deux types principaux de croissance externe :

a) la croissance externe dite horizontale, c'est à dire sans diversification hors de la branche : regroupement de brasseries entre elles.

Nous ne considérerons ici que la croissance horizontale dans le cadre national (cf. infra pour l'internationalisation des capitaux). Le processus de concentration horizontale par fusions-absorptions est la base même de la restructuration dans le secteur de la Brasserie. Il aboutit à faire passer le nombre d'entreprises du secteur de 85 en 1968 à 50 en 1972.

Du point de vue des modalités juridiques de cette concentration, il convient de considérer le déroulement historique des faits pour faire apparaître une logique d'évolution :

Les premières opérations de concentrations, dès 1965-66 ont été des opérations d'absorption : il s'agit essentiellement de la constitution de la Société Européenne de Brasserie, leader du secteur en 1966, à partir de l'absorption de six brasseries par les Grandes Brasseries de Champigneulle.

Jusqu'en 1970, la SEB va continuer sa croissance externe, par absorption de quelques petites brasseries, puis au cours des années 1970-71, elle se rapproche des Brasseries Kronenbourg (par l'intermédiaire de B.S.N. qui contrôle, puis absorbe ces deux entreprises) pour aboutir en 1972, au groupe que nous appelons B.S.N.-Bières.

.. Les autres regroupements importants du secteur ne sont intervenus qu'à partir de 1969, et sous la forme, principalement, d'opérations de fusions.

En particulier, la constitution en 1969, de l'Union de Brasseries résulte de la fusion entre une dizaine d'entreprises de tailles relativement comparables (entreprises moyennes du secteur). Ce regroupement s'est cependant opéré sous l'égide du Groupe financier des Brasseries et Glacières de l'Indochine, qui contrôlait certaines de ces entreprises.

Ce qu'il convient de retenir c'est que la constitution de l'Union de Brasserie a été présentée comme une réponse à celle de la S.E.B.

... Le même processus apparaît pour la création de l'Alsacienne de Brasserie, qui intervient en 1969 par fusion entre quatre brasseries Alsaciennes.

.... La constitution du groupe Motte-Cordonnier s'est faite totalement sous l'initiative du groupe Belge Artois, selon une logique qu'il convient donc de situer principalement sur le plan international.

..... Signalons enfin le cas du groupe Pelforth qui ne s'est constitué qu'en 1972.

La Brasserie Pélican, au 5° ou 7° rang du secteur depuis 1968, prétend jouer la carte de l'indépendance financière. Son statut de SARL limitant les possibilités de croissance, elle a fusionné avec la Brasserie Carlier (déjà proche par les liens familiaux), pour créer la S.A. Pelforth, qui a ensuite pris le contrôle successif de trois brasseries.

Il convient de noter que l'Etat, par l'intermédiaire de l'I. D. I. (Institut de Développement Industriel) a décidé d'encourager et de soutenir ce regroupement, permettant ainsi au groupe Pelforth d'atteindre la 4° place du secteur dès 1972.

Il semble que ce soit là le début d'un processus de concentration beaucoup plus vaste, puisque Pelforth s'est associé avec le groupe financier Hanus pour prendre le contrôle d'un important groupe (Etablissements Chateau)

de distribution de boissons par l'intermédiaire de la Grande Brasserie de Lille (actionnaire de Choteau à 80 %) dont Hanus et Pelforth détiennent chacun 30 % environ du capital.

Ce regroupement est d'autant plus important pour Pelforth que les Etablissements Choteau (qui ont pris depuis mai 1975 la dénomination : Société NORMIL) ont une position de leader dans deux secteurs d'activité :

- leader national de la distribution des bières en fûts
- leader régional de la distribution des boissons dans la région du Nord.

De plus, la Grande Brasserie de Lille, qui produit environ 300.000 hl sous la marque principale Koenigsbier, possède une flotille de camions pour la livraison des particuliers à domicile (forme de vente assez développée dans le Nord - cf. Supra).

Signalons enfin que le groupe B S N-Bière détient, par l'intermédiaire de la SEB, 10 % du capital de la Société NORMIL.

Ce point de contact peut augurer de futurs regroupements autour du groupe B S N-Bières.

Le processus de croissance externe horizontale est donc essentiellement, dans le secteur, un processus double : inducteur-induit.

A partir d'un mouvement important de concentration (de 1965 à 1968) faisant apparaître une distribution des structures très déséquilibrée, entre un duopole d'une part, et une frange importante d'entreprises moyennes et petites d'autre part, un second mouvement de concentration, induit par le premier, aboutit à la constitution d'un oligopole plus large (1968-1969).

Les très nettes tendances monopolistiques du premier groupe (B.S.N.-Bière = 45 % du chiffre d'affaires du secteur) depuis 1970 pourraient induire un nouveau processus au niveau des groupes suivants. Cependant, de nouveaux regroupements au sein des cinq groupes suivant B.S.N. Bière, ne concernent plus seulement le secteur de la Brasserie en France, mais, en raison des liaisons financières, soit le capital financier (La Paternelle pour Union de Brasserie, groupe Hanus pour Pelforth), soit des groupes brassicoles étrangers (Heineken pour ALBRA, Artois pour MOTTE-CORDONNIER).

La diversification et l'internationalisation ont donc pris le pas sur la concentration horizontale.

b) La croissance externe conglomérale, c'est à dire avec diversification des activités.

Nous appellerons . Diversification externe partielle, les regroupements avec des entreprises fabricant des produits dérivés ou connexes de la bière, c'est à dire essentiellement la limonade et les sirops,

. diversification conglomérale partielle, les regroupements avec des entreprises traitant des produits de substitution de la bière (c'est à dire le secteur des boissons)

. diversification conglomérale, les regroupements avec des entreprises ayant n'importe quel autre type d'activités.

Ce deuxième type de croissance externe est étroitement imbriqué avec le premier.

. Pour l'essentiel, la constitution du groupe B S N-bière, après la phase de concentration horizontale (1965-1969), s'est réalisée à partir de 1970, par diversification conglomérale à l'initiative de B.S.N.

B.S.N. a absorbé en 1970, SEB et Kronenbourg qui n'avaient pas de contacts jusque là, et a constitué un groupe comprenant trois grands secteurs : verre plat, verre d'emballage et alimentation. Ce dernier étant lui-même très diversifié.

.. L'Union de Brasserie a été structurée sous l'égide des Brasseries et Glacières de l'Indochine, holding mixte gérant un important portefeuille spécialisé dans les boissons, l'industrie du froid et la verrerie (diversification conglomérale).

... Dans le cas de Pelforth, ainsi que nous l'avons vu précédemment, la diversification est de type congloméral partiel, c'est à dire qu'elle intègre, par le biais des Etablissements Choteau, l'ensemble des activités boissons.

Quant à la diversification partielle, elle est assez généralisée dans le secteur, dans la mesure où presque toutes les brasseries fabriquent des limonades et des boissons gazeuses. Cependant, il ne s'agit pas, de ce fait, d'une véritable croissance externe, si ce n'est lorsque cette branche d'activité augmente dans une entreprise à la suite du regroupement avec une firme spécialisée dans ces productions, ou avec une autre brasserie ayant elle-même fortement développé ces productions.

Ce fut le cas, par exemple, en 1969, lorsque Kronenbourg a pris le contrôle de la Brasserie Dumesnil, qui produisait plus d'un million d'hectolitres de boissons non alcoolisées.

c) La croissance externe par internationalisation des capitaux.

Les deux principaux mouvements d'internationalisation des capitaux dans l'industrie française de la Brasserie sont, en fait, des implantations de capitaux étrangers en France :

- ALBRA est, depuis août 1972, contrôlé par le groupe néerlandais Heineken qui, à la suite d'une O P A s'est assuré 75 % du capital social de la Brasserie de l'Espérance, société holding d'ALBRA.

Heineken, premier groupe brassicole aux Pays-Bas, avec 6,5 millions d'hectolitres (59 % de la production nationale), est le premier groupe européen (toute production de bière, nationale et à l'étranger réunie) avec une production globale de l'ordre de 17 millions d'hectolitres en 1973, alors qu'il n'est que le 5ème groupe européen pour la production nationale.

Heineken a aussi une importante activité dans les autres boissons : boissons non alcoolisées, vins et spiritueux.

- Motte-Cordonnier est passé, en juin 1970, sous le contrôle du groupe belge Artois, à la suite d'une O P A.

En février 1969, Artois avait déjà absorbé trois brasseries lorraines (formant depuis avec la Brasserie Amos, les Brasseries Lorraines S.A.), que l'on rattache depuis 1970 au groupe Motte-Cordonnier.

Artois est le premier groupe belge, avec 5,5 millions d'hectolitres en 1973 (37 % de la production totale). Il s'est rapproché, en 1971, du 2ème groupe : Piedbœuf (11,5 % de la production belge).

Au niveau européen, Artois est le 13ème groupe avec 6,5 millions d'hl de production totale.

En sens inverse, un certain nombre d'investissements des entreprises françaises ont été réalisés à l'étranger, mais à un niveau encore limité :

- En 1969, Kronenbourg prend le contrôle majoritaire du groupe allemand Lehnig S.A., qui regroupe une brasserie de moyenne importance (200.000 hl par an) et un important réseau de distribution. Cette opération permet à Kronenbourg de développer ses exportations en R.F.A.

- En 1970, Kronenbourg installe une brasserie en Algérie, qui lui servira de relais pour les exportations en Afrique, où existe déjà une filiale : la Société Congolaise des Brasseries Kronenbourg.

- En 1971, Pélican SARL crée en R F A une filiale de commercialisation : " Pelforth Vertrieb Gessellschaft G.m.b.H."

Enfin, des accords réciproques de commercialisation ont été conclus entre firmes françaises et étrangères :

- en 1969, entre SEB et le groupe Whitbread and Co, n° 3 de la brasserie britannique.

Des accords similaires avaient été signés précédemment avec Heineken et Artois.

- en 1966-67, entre Union de Brasserie (à l'époque Union de Brasseries Parisiennes) et la Société Anglaise Courage-Barclay-Simonds.

d) La croissance externe verticale

Nous appellerons croissance externe verticale les processus d'intégration verticale, soit ascendante vers les industries des matières premières de la brasserie, soit descendante vers les activités de distribution et de commercialisation des bières et des boissons.

1 - Intégration vers l'aval

Le tableau ci-dessous indique la répartition des achats de bières des ménages selon le type de magasin (estimations) en 1972

Source : INSEE

Unité : %

Forme Nature	Magasins de type tradi- tionnel	Supermar- chés as- surés par	Autres libres services	Vente ambulante	Cafés restaurants	Total
Indépendants	11,8	5,4	3,0	0,9	--	21,1
Succursalistes	1,8	6,7	6,0	0,4	--	14,9
Coop. de Consom.	1,5	1,7	1,4	0,3	--	4,9
Magasins pop. et grands magasins	-	3,3	0,6	-	--	3,9
Ensemble	15,1	17,1	11,2	1,6	55,0	

Il apparaît, d'après ce tableau, que la part de la consommation hors domicile reste prépondérante. Par ailleurs, la distribution par le commerce intégré tend à prendre le pas sur celle qui est assurée par le commerce indépendant.

En conséquence, les possibilités, pour la brasserie, d'intégration du stade de détail, sont relativement limitées.

En effet, contrairement à ce qui se passe dans d'autres pays, notamment en Grande Bretagne, la législation française interdit à toute personne physique ou morale d'exploiter plus d'un débit de boissons à consommer sur place, des deuxième, troisième et quatrième catégories (boissons alcoolisées).

Il en résulte que la constitution de chaînes de débits de boissons, qui en Grande Bretagne procure à la brasserie des profits au moins aussi importants que l'activité de production, est impossible pour la Brasserie française.

Par ailleurs, le commerce intégré étant assumé par des groupes financièrement très importants, les seules possibilités d'intégration par la Brasserie française ne peuvent porter que sur les restaurants et le commerce alimentaire indépendant. Ces deux secteurs dans lesquels l'activité bière est restreinte, n'ont pas non plus attiré les capitaux de la brasserie.

En fait, ainsi que nous l'avons signalé précédemment, un processus de quasi-intégration s'est cependant développé en direction des débits de boissons, par l'intermédiaire des " contrats de brasserie ".

On a tenté d'apprécier l'importance économique et financière de ces " contrats de brasserie " par le calcul d'un ratio de bilan.

D'après la Centrale des Bilans de la Banque de France, les avances et prêts consentis aux cafetiers par les Brasseries dans le cadre des " contrats de brasserie ", figurent dans le poste " Autres Valeurs Immobilisées " au compte " Prêts à plus d'un an ".

Nous avons, pour mesurer l'importance de ce phénomène, calculé le ratio :

$$R_1 = \frac{\text{Prêts à plus d'un an}}{\text{Valeurs immobilisées nettes} + \text{autres valeurs immobilisées}} \times 100$$

qui nous donne la part de ces prêts dans l'ensemble du capital productif net de l'entreprise.

Afin d'éliminer les variations dues à l'inégalité des politiques de croissance externe entre les firmes (importance des autres valeurs immobilisées) et aux difficultés de comparaisons des valeurs immobilisées nettes entre entreprises, nous avons calculé un second ratio, par rapport au chiffre d'affaires hors taxes.

$$R_2 = \frac{\text{Prêts à plus d'un an}}{\text{Chiffre d'affaires hors taxes}} \times 100$$

Le tableau ci-dessous donne l'évolution de ces ratios pour quelques entreprises.

	1969		1970		1971		1972			
	R 1	R2	R1	R2	R1	R2	R1	R2		
S.E.B.	4	4	5	5						
Union de Brasserie	3	6	5	7	6	8	4	5		
ALBRA	6	5	6	5	5	3	4	2		
Motte-Cordonnier	1	1	6	3	7	3	15	8		
Grande Brasserie de Lille	7	3	6	2	5	1	3	1		
Brasserie du Pêcheur	10	7	10	6	9	5	9	4		
Brasserie Adelshoffen	10	6	14	8	12	6	12	7		

Selon les entreprises, les prêts à plus d'un an représentent entre 1 et 15 % de l'ensemble des valeurs immobilisées. Quant à leur relation au chiffre d'affaires, le ratio varie de 1 à 8.

Du point de vue de leur importance dans l'actif, il semble que ce soient les entreprises les plus petites qui fassent l'effort le plus important : Brasserie du Pêcheur, Brasserie Adelshoffen (à noter la croissance très rapide du ratio entre 1969 et 1972 pour Motte Cordonnier).

Si cette relation était confirmée par l'étude d'un échantillon plus large, on pourrait lui associer la logique suivante :

Les contrats de brasserie étant un moyen financier pour garantir les débouchés pour une brasserie, il semble normal que ce soient les entreprises les plus petites, qui ne bénéficient pas d'économies d'échelles externes notables sur le plan commercial, qui fassent l'effort relatif le plus important en matière d'intégration du commerce de détail.

Si l'impact des contrats de brasserie s'avérait notable au niveau de l'ensemble de la commercialisation de la bière par les débits de boisson, on pourrait en tirer des conclusions au niveau de la dynamique de la concurrence dans le secteur.

En effet, la possibilité, pour les entreprises, et singulièrement pour les moyennes et petites, de " figer " une partie des flux d'écoulement de leur production, constitue une barrière à l'augmentation des parts de marché des firmes par seule croissance interne. La pratique de la concurrence monopolistique par les produits est freinée par la quasi-intégration d'aval, et la seule possibilité (du moins sur ce créneau particulier du marché) pour les entreprises d'augmenter leur part de marché, devient, dans ces conditions, la croissance externe par fusion-absorption.

Il est extrêmement difficile d'apprécier l'importance globale de ce processus et son impact sur les conditions de la concurrence dans le secteur. On peut seulement fournir quelques éléments d'évaluation :

- Pour les sept entreprises étudiées ci-dessus qui, en 1972, représentent la moitié du chiffre d'affaires du secteur, le montant total des prêts à plus d'un an inscrit à leur bilan est de 56 millions de francs. Si l'on admettait un montant moyen de prêt aux cafetiers de 50.000 F, d'une durée moyenne de trois ans, ces sept entreprises pourraient s'assurer le contrôle de 300 points de vente en moyenne par an. Il existe en France, actuellement, environ 155.000 points de vente de boissons à consommer sur place.

- On peut, par ailleurs, admettre que ce sont plutôt les débits de boissons les plus petits (mais encore les plus nombreux) qui subissent ce processus d'intégration car, d'une part ils n'ont guère de facilités d'accès au réseau bancaire et d'autre part, ils peuvent sans grands risques commerciaux, restreindre l'éventail de choix de leur clientèle.

Dans les grands cafés-brasseries, il est probable que les contrats d'exclusivité se limitent à la bière vendue à la pression.

- Enfin, la possibilité, pour une brasserie, d'imposer un " contrat de brasserie " à un cafetier ne s'assortit pas toujours de l'octroi d'un prêt. Par le biais de la propriété d'immeubles ou des cafés en gérance, elle peut imposer un contrat de fourniture exclusive. Par exemple, la Brasserie Motte-Cordonnier possède dans la région de Lille plus d'une centaine d'immeubles à usage de débit de boisson.

Au total, ces différents éléments, plus ou moins contradictoires limitent les possibilités d'une connaissance objective du processus d'intégration verticale d'aval dans le secteur de la brasserie. A tout le moins, peut-on dire que son impact est loin d'être négligeable dans la dynamique concurrentielle du secteur.

2 - Intégration vers l'amont

Le tableau 15 décrit l'évolution de la structure de l'industrie française de la malterie, en fonction des deux catégories fondamentales d'entreprises :

- les malteries industrielles
- les malteries de brasseries.

Dans le second cas il y a intégration totale entre la brasserie et la malterie.

De 1961 à 1973, la part des usines dépendant des brasseries-malteries, dans l'ensemble des usines de la malterie, est passée de 23,7 % à 4,3 %. Dans le même temps, la part de la production correspondante a régressé de 11,4 % à 1,9 %.

On peut donc admettre que les structures de production intégrant au sein de la même entreprise l'activité de malterie et l'activité de brasserie, sont en voie de disparition : en 1973 il n'y avait plus en France, que deux brasseries-malteries.

Après avoir été, à une époque, un élément de sa stratégie, l'intégration verticale d'amont vers les fournisseurs de matières premières, est abandonnée par la brasserie.

Il convient d'ailleurs de noter que la stratégie de ces deux industries semble de plus en plus disjointe puisque la malterie française produit actuellement, en majorité pour l'exportation : 57,9 % de sa production exportée en 1973 (contre 26,1 % seulement en 1961).

L'abondance de la production française de malt par rapport aux besoins de l'industrie française de la brasserie permet de comprendre que celle-ci n'ait pas besoin de recourir à l'intégration pour garantir ses approvisionnements.

2°) La réorganisation des structures

La réorganisation et la rationalisation des structures au sein d'une entreprise à la suite d'une opération de fusion ou d'absorption, est un phénomène quasi général. La croissance externe des entreprises est souvent une forme de recherche des économies d'échelle, permettant d'augmenter la productivité des potentiels de production.

Aussi bien la concentration des structures dans le secteur de la brasserie, n'a-t-elle pas échappé à cette règle :

- fermetures d'établissements
- compressions de personnel

Tableau 15

Physiologie de l'industrie française de la malterie

Années	Malteries industrielles				Malteries de brasserie			Ensemble de la Malterie			
	Usines		Production		Nombre	% du total	Production		Tonnage	nombre	Production
	Nombre	% du total	Tonnage	% du total			Tonnage	% du total			
1961	45	76,3	258.298	88,6	14	23,7	33.268	11,4	291.266	59	26,1
1962	39	73,6	263.909	90,7	14	26,4	27.160	9,3	291.070	53	24,9
1963	39	73,6	277.766	89,3	14	26,4	33.160	10,7	310.927	53	27,6
1964	39	73,6	318.793	91,7	14	26,4	29.029	8,3	347.822	53	30,7
1965	40	71,4	347.494	91,2	16	28,6	33.274	8,8	381.168	56	30,0
1966	40	74,1	347.749	92,3	14	25,9	29.043	7,7	376.793	54	30,7
1967	39	75,0	376.384	91,8	13	25,0	33.706	8,2	410.054	52	33,1
1968	39	78,0	398.202	92,3	11	22,0	33.177	7,7	431.380	50	38,2
1969	38	79,2	442.082	93,5	10	20,8	30.897	6,5	472.980	48	46,7
1970	38	84,4	507.076	95,3	7	15,6	24.847	4,7	531.923	45	52,5
1971	37	92,5	550.570	96,7	3	7,5	18.517	3,3	569.088	40	49,4
1972	37	92,5	601.703	96,8	3	7,5	19.606	3,2	621.309	40	55,4
1973	36	94,7	678.375	98,1	2	4,3	13.238	1,9	691.553	38	57,9

Source : Revue Bios - 3^e Trimestre 1974.

- spécialisation des usines
- réorganisation des structures commerciales
- etc...,

C'est ainsi, notamment, que le nombre d'usines en activité est passé de 202 en 1962, à 90 en 1973.

Cependant, il convient de noter que, dans le cas de la brasserie, ce mouvement de restructuration n'est pas uniquement lié à la croissance externe des entreprises. Il résulte, pour une bonne part, à la modification des produits traités et des marchés exploités.

En effet, ainsi que nous l'avons déjà signalé, le marché des bières de luxe a progressivement supplanté celui des bières de table et est le seul à bénéficier de l'extension du marché global : entre 1955 et 1973, un marché de 10 millions d'hectolitres de bières de luxe s'est ouvert aux entreprises.

Compte tenu des caractéristiques technologiques de la fabrication et du conditionnement de ces bières, et des caractéristiques économiques de leur commercialisation (cf. supra), une profonde réorganisation des structures devait accompagner le développement de ce marché :

- création . d'usines à grande capacité de production,
 . de centres d'embouteillages à grand débit pour
 conditionnements en packs;
- organisation de circuits commerciaux d'implantation nationale.

Depuis 1974, cette réorganisation prend, dans le cadre de la crise générale, l'allure d'une véritable liquidation de toute une partie du potentiel industriel du secteur. C'est ainsi que :

- en juin 1975, la Brasserie de Colmar (filiale d'ALBRA) a fermé ses portes,
- en octobre 1975, la Brasserie de Pfaffenhoten (filiale de l'Union de Brasserie) doit aussi cesser ses activités,
- dans le groupe B.S.N.-Bière, l'usine d'Arcueil (fabricant les bières Valstar) a été fermée.

Enfin, ce groupe a établi, en 1975, un programme de " réorganisation " qui prévoit sur 10 ans, la fermeture de 14 usines sur les 19 actuellement en service. Ces fermetures toucheraient 1.500 salariés. Par contre, une nouvelle unité, moderne et puissante, est prévue à Compiègne.

III - Données synthétiques sur l'évolution de la concentration et de la concurrence.

En inaugurant en 1969 une usine de brasserie, Mr François Xavier Ortoli, Ministre du Développement Industriel et Scientifique de l'époque, déclarait, à propos des Industries Agricoles et Alimentaires : "Nos efforts doivent tendre à accélérer la constitution de quelques grandes entreprises aptes à se défendre sur notre propre marché et capables de conquérir les marchés extérieurs, à favoriser le développement d'entreprises moyennes ou petites spécialisées dans la production de qualité et organisées pour grouper leurs moyens de commercialisation (... ,) à encourager l'effort à l'exportation - là encore par le regroupement des moyens et l'acquisition de réseaux commerciaux à l'étranger".

Ces propos, conformes aux options fondamentales du V^o Plan, en matière de renforcement de la capacité concurrentielle des entreprises par la concentration et l'innovation, illustrent bien l'évolution de la concentration dans le secteur de la brasserie entre 1968 et 1975.

La constitution des grandes entreprises, appelée des vœux des Pouvoirs Publics, aboutit à ce que huit d'entre elles contrôlent, en 1974, environ 35 % du chiffre d'affaires du secteur.

A cet égard le secteur de la Brasserie présente un degré de concentration très poussé comparativement à l'ensemble de l'industrie française, ainsi que le confirme le tableau ci-après, cité dans le Rapport I.A.A. du VI^o Plan.

Comparaison de la place des entreprises les plus importantes dans les différents secteurs industriels

	Place des ... premières entreprises en % du chiffre d'affaires total de la branche	
	8 premières	20 premières
- Secteurs à forte concentration..... industrie charbonnière eau, gaz, électricité extraction des minerais industrie automobile raffinage du pétrole construction aéronautique industrie du verre	supérieur à 50%	supérieur à 70%
- Secteurs moyennement concentrés première transformation des métaux construction électrique et électronique industrie chimique papier	20 à 50%	25 à 60%
- secteurs peu concentrés industrie alimentaire édition matériaux de construction	10 à 20% 17,5%	15 à 30% 24 %
- secteurs dispersés plastique confection, industrie du bois cuir industrie du bâtiment	inférieur à 10%	inférieur à 20%

Par ailleurs une étude publiée en 1974 par le CACEPA (1) sur les "Formats d'usines et coûts d'investissements dans les industries alimentaires" indique que : "la structure industrielle actuelle de quelques branches de l'industrie alimentaire, telles que la sucrerie, la semoulerie, la brasserie, les eaux minérales, correspond à celle de la structure théorique souhaitable".

Cette structure théorique souhaitable est définie comme une branche dans laquelle toute la production proviendrait d'usines d'un format équivalent aux seuils d'efficience industrielle (ces seuils correspondant eux-mêmes à la capacité de production au-delà de laquelle la pente de la courbe du prix de revient industriel du produit s'infléchit).

Ainsi, que ce soit du point de vue de la concentration juridique et financière, ou du point de vue de la concentration technique, le secteur de la brasserie paraît, à l'heure actuelle avoir atteint (voir même dépassé) les normes fixées par les Pouvoirs Publics ou les bureaux d'études.

(1) Centre d'Action des Entreprises de Production Alimentaire - 11 Rue Trochet - 75008 Paris.

Sans entrer ici dans une réflexion plus approfondie sur la signification socio-économique de ces normes (réflexion qui sera reprise dans le rapport de synthèse) on notera cependant que, au regard des indices synthétiques de Linda (cf. supra), le secteur de la brasserie apparaît comme un secteur très rigide, à tendances monopolistiques, où la concurrence ne peut guère s'exercer.

Quant à la stratégie des entreprises qui a abouti aux structures actuelles elle a été clairement précisée par M. Antoine Riboud, Président Directeur Général de BSN, lors de sa conférence de Presse du 11 Janvier 1970, présentant l'absorption de SEB et Kronenbourg:

"la bière est le produit idéal... parce qu'elle constitue l'aliment commun à tous les Européens, parce qu'elle représente un marché en rapide développement et, enfin, parce qu'elle est une importante source de profits".

"..Toute société d'alimentation paraît avoir à répondre dans l'avenir à trois grands problèmes : le Marché Commun, la taille de l'entreprise, les problèmes de distribution.

Pour atteindre le niveau européen, il faut se diversifier afin d'avoir une taille compétitive.

Le chiffre d'affaires minimum qu'il faut atteindre est de 500 millions de francs. Il faut des méthodes de gestion modernes ; il faut enfin installer dans les pays de la Communauté son propre réseau de distribution".

Secteur dynamique, la brasserie française l'est donc, incontestablement, d'une part parce que l'évolution du mode de vie favorise la consommation de boissons "industrielles" et peu alcoolisées au détriment des boissons traditionnelles (en particulier le vin et le cidre) et d'autre part parce qu'un certain nombre d'innovations mises en oeuvre par les entreprises (essentiellement le conditionnement en unités individuelles avec emballage perdu) ont elles mêmes favorisé cet engouement.

Cependant ce processus n'est pas spécifique à la France, et l'on peut constater que le dynamisme de l'industrie brassicole est relativement moins efficace que dans un certain nombre de pays voisins. Cela se traduit par un déficit croissant de la balance commerciale française de la brasserie et par une pénétration de plus en plus importante des capitaux étrangers.

On peut constater en effet, à la lecture du tableau ci-dessous que les principaux groupes brassicoles français n'occupent que les 4^o et 8^o rangs (pour le volume de production consolidé en 1973) dans les 20 premiers groupes de l'Europe des Neuf.

Classement des 20 premiers groupes brassicoles européens

Source : DAFSA

rang	Pays d'origine	Groupes	Production en 1000 hl en 1973
1	Pays-Bas	Heineken	17 400
2	Royaume-Uni	Bass Charrington	12 800
3	Royaume-Uni	Allied Breweries	12 400
4	France	B.S.N.	10 900
5	Allemagne (R.F.A.)	Dortmunder-Union-Schultheiss	8 800
6	Royaume-Uni	Grand Metropolitan	8 500
7	Allemagne (R.F.A.)	Oetker	8 400
8	France	BGI-Union de Brasseries	8 000
9	Irlande	A. Guinness	8 000
10	Royaume-Uni	Whitbread	7 800
11	Danemark	Carlsberg-Tuborg	7 500
12	Allemagne (R.F.A.)	Bayerische-Hypothecken	7 200
13	Belgique	Artois	6 900
14	Allemagne (R.F.A.)	Deutsche-Brau (Reemtsma)	6 400
15	Royaume-Uni	Scottish and Newcastle	6 000
16	Royaume-Uni	Imperial Foods	4 800
17	Espagne	El Aguila	3 300
18	Espagne	DAMM	3 200
19	Italie	Peroni	2 600
20	Suède	Pripp	2 500

On peut donc admettre que, parmi l'ensemble des facteurs d'évolution des structures de l'industrie brassicole française au cours des prochaines années, ceux qui sont liés aux problèmes de la concurrence au sein de la C.E.E. prendront une importance accrue.

A cet égard, une information datée de fin Octobre 1975, semble annoncer de nouveaux bouleversements dans les structures de l'industrie brassicole:

Heineken, premier groupe européen, prépare une O.P.A. (Offre Publique d'Achat en bourse) afin de prendre le contrôle total du groupe français ALBRA qu'il contrôlait jusqu'alors conjointement avec Malayan Breweries Ltd.

CONCLUSION

Parmi l'ensemble des Industries Agricoles et Alimentaires, et plus spécifiquement parmi l'ensemble des industries des boissons, l'industrie brassicole apparaît depuis plusieurs années comme l'un des secteurs les plus dynamiques :

- dynamique de la demande, qui, en vingt ans a presque doublé de volume.
- dynamique des innovations, tant au niveau des produits (avec la quasi généralisation des bières de luxe au détriment des bières de table traditionnelles) qu'au niveau des techniques de production (automatisation, maîtrise des processus biologiques) et de conditionnement (emballages perdus en conditionnement individuel).
- dynamique des structures, qui, en moins de dix ans ont évolué d'une situation de type concurrentiel (peu d'écarts entre les dimensions des entreprises) vers une situation à tendance monopolistique (la première entreprise contrôle la moitié du secteur, les huit premières, 85 % environ)

Cependant à cette période de transformation intense succède depuis un an ou deux ans, une phase de relative stagnation :

- plafonnement de la demande
- ralentissement du rythme et de l'ampleur des innovations technologiques.
- rigidité croissante des structures des entreprises.

Il semble, de ce fait, que ce soit au niveau du marché international que puisse résider de nouveaux facteurs d'évolution de la brasserie française

- d'une part par l'élargissement éventuel de ses débouchés dans le cadre de la C.E.E.
- d'autre part par la dynamique des investissements étrangers en France.

A cet égard les conditions dans lesquelles se fera l'harmonisation des législations, et plus généralement des règles de la concurrence, au sein de la C.E.E., seront d'un grand poids dans les évolutions futures.

INDUSTRIE DES BOISSONS : RELATIONS BRANCHES-SECTEURS POUR LA VARIABLE FACTURATION (EN %) ANNEE 1968

Tableau I

Branche Secteur	Champagne mousseux 1	Brasserie 2	Alcool de bouche 3	Spiritueux autres 4	Eaux minérales 5	Boissons gazeuses sirops 6	Jus de fruits et de légumes 7	Autres 8	Ensemble secteurs 9
Champagne mousseux (1) →	87,9 95,2		1,1 0,9	1,2 1,9		0,8 0,4	1,0 0,2	1,4	1.080.000
Brasserie		99,2 90,8				23,0 8,9		0,3	1.452.645
Alcools de bouche	4,0 5,8		82,5 89,1	1,0 2,3		0,8 0,5		2,3	894.601
Spiritueux autres	5,6 3,4		9,9 4,4	96,9 88,6		13,6 3,5		0,1	2.160.862
Eaux minérales		0,3 1,2			87,9 83,7	5,1 6,0	1,5 1,3	7,8	471.870
Boissons gazeu- ses, sirops			0,3 0,9	0,4 2,8	1,6 2,3	50,5 91,7	0,7 0,8	1,5	307.788
Jus de fruits et de légumes	0,4 1,6					0,5 1,6	78,7 88,0	16,4	304.584
Autres dont revente ↓	2,1	0,55	6,2 2,4	0,5 0,5	10,5 8,7	5,7 5,2	18,1		
Ensemble branches.	1.036.567	1.328.804	965.516	1.975.477	448.933	558.810	313.401	Source SCEES	

↓ Indique le % colonne, c'est-à-dire, la part de la branche traitée dans chacun des secteurs.

→ Indique le % ligne, c'est-à-dire, la part que chacune des branches représente dans le secteur.

(1) estimations

87

INDUSTRIE DES BOISSONS : RELATIONS BRANCHES-SFCTEURS POUR LA VARIABLE FACTURATION (EN %) (EN %)

Tableau II

ANNEE 1971

Branches Secteur	Champagne mousseux 1	Brasserie 2	Alcools de bouche 3	Spiritueux autres 4	Eaux minérales 5	Boissons gazeuses sirops 6	Jus de fruits et de légumes. 7	Autres 8	Ensemble secteurs. 9
1	↓ 98,1 → 98,9							1,1	1.562.809
2		99,7 89,4				21,2 9,6		1,0	1.926.516
3	0,5 (1) 0,5		88,8 92,5	2,4 3,7		1,4 0,8		2,5	1.649.779
4	0,5 (1) 0,3		7,1 4,4	96,7 88,4		10,5 3,2	15,0 (1) 2,0	1,7	2.789.457
5					99,2 73,4	6,6 5,1	5,4 1,8	19,7	1.137.670
6			0,1 0,3	0,7 3,4	0,7 1,0	57,1 93,6	0,9 0,6	1,1	535.391
7						0,4 1,3	67,2 89,0	9,7	283.671
8	↓ 0,9	0,3	4,0	0,3	0,1	2,8	11,55		
Ensemble Branche.	1.575.308	1.728.341	1.717.168	2.552.048	841.451	877.780	375.424		Source SCEES.

(1) Estimations

Tableau n° III : Importance comparée des différents secteurs des boissons en fonction du nombre d'entreprises et des facturations réalisées

	Mousseux et Champ.	Brasserie	Eau de vie	Apéritif à base de vins	Apéritifs autre que de vin	Eaux minérales	Boissons gazeuses sirops	Jus de fruits	Cidre	Ensemble des boissons		Ensemble I.A.A.
											% I.A.A.	
Année 1971												
Entreprises N	117	57	90	12	71	27	101	22	17	514	11,0	4 671
%	22,8	11,1	17,5	2,3	13,8	5,3	19,6	4,3	3,3	100		
Facturations (million F) (TTC)	1 563	1 927	1 650	669	2 121	1 138	535	284	84	9 969	13,9	71 721
%	15,6	19,3	16,6	6,7	21,4	11,4	5,4	2,8	0,8	100		
Année 1968												
Entreprises N	109 (1)	86	173		89	37	118	30	28	670	9,0	7 423
%	16,3	12,8	25,8		13,3	5,5	17,6	4,5	4,2	100		
Facturations (million F) (TTC)	1 080 (1)	1 453	895	2 161	32,0	472	308	305	81	6 753	12,6	53 493
%	16,0	21,5	13,2			7,0	4,6	4,5	1,2	100		
Les données 1968 concernent	l'ensemble des entreprises de chacun des secteurs											
" " 1971	seulement les entreprises de plus de cent salariés permanents.											

(1) Estimations

Source : S.C.E.E.S.

Tableau IV
IMPORTANCE COMPAREE DES DIFFERENTES BRANCHES DES BOISSONS EN FONCTION
DU NOMBRE D'UNITES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET DE LEURS FACTURATIONS REALISEES

	Mousseux et Champagne	Bières	Eaux de vie	Apéri- tifs à base de vin	Apéritifs à base autre que de vin.	Eaux mi- nérales	Boissons gazeuses et sirops.	Jus de fruits et végumes	Ciure	Ensemble boissons	% IAA
Année 1971											
Unités d'activités éco. N	131	63	174	54	118	44	224	65	-	906	13,1
%	14,5	7,0	19,2	6,0	13,0	4,9	24,6	7,2	33	100	
Facturations Frcs	1.575.308	1.728.341	1.717.168	617.355	1.934.693	841.451	877.780	375.424	80.629	9.748.149	13,6
(1 000 F) TTC	16,2	17,7	17,6	6,4	19,8	8,6	9,0	3,9	0,8	100	
Année 1968											
Unités d'activités éco. N	195(1)	104	295	172	172	84	361	76	46	1.333	13,4
%	14,6	7,8	22,2	12,9	12,9	6,3	27,0	5,7	3,5	100	
Produits fabriqués Frcs	1.036.567	1.328.804	965.516	1.975.477	1.975.477	448.933	558.810	313.401	73.309	6.700.817	12,5
(1 000 F) TTC	15,5	19,8	14,4	29,5	29,5	6,7	8,3	4,7	1,1	100	

Les données 1968 concernent l'ensemble des entreprises de chacun des secteurs.
 Les données 1971 concernent seulement les entreprises de plus de 5 salariés permanents.

(1) Estimations.

Source S.C.E.E.S.

IMPORTANCE COMPAREE DES DIFFERENTES BRANCHES DES BOISSONS EN FONCTION
DU NOMBRE D'UNITES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET DE LEURS FACTURATIONS REALISEES

Tableau IV

	Mousseux et Champagne	Bières	Eaux de vie	Apéri- tifs à base de vin	Apéritifs à base autre que de vin.	Eaux mi- nérales	Boissons gazeuses et sirops.	Jus de fruits et végumes	Cidre	Ensemble boissons	% TAA
<u>Année 1971</u>											
Unités d'activités éco. N	131	63	174	54	118	44	224	65	33	906	13,1
%	14,5	7,0	19,2	6,0	13,0	4,9	24,6	7,2	3,6	100	
Facturations Frcs	1.575.308	1.728.341	1.717.168	617.355	1.934.693	841.451	877.780	375.424	80.629	9.748.149	13,6
(1 000 F) TTC	16,2	17,7	17,6	6,4	19,8	8,6	9,0	3,9	0,8	100	
<u>Année 1968</u>											
Unités d'activités éco. N	195(1)	104	295	172	172	84	361	76	46	1.333	13,4
%	14,6	7,8	22,2	12,9	12,9	6,3	27,0	5,7	3,5	100	
Produits fabriqués Frcs	1.036.567	1.328.804	965.516	1.975.477	1.975.477	448.933	558.810	313.401	73.309	6.700.817	12,5
(1 000 F) TTC	15,5	19,8	14,4	29,5	29,5	6,7	8,3	4,7	1,1	100	

Les données 1968 concernent l'ensemble des entreprises de chacun des secteurs.
Les données 1971 concernent seulement les entreprises de plus de 5 salariés permanents.

(1) Estimations.

Source S.C.E.E.S.

Tableau V

EVALUATION DES ACHATS DE BOISSONS DES MENAGES EN FRANCS CONSTANTS 1972

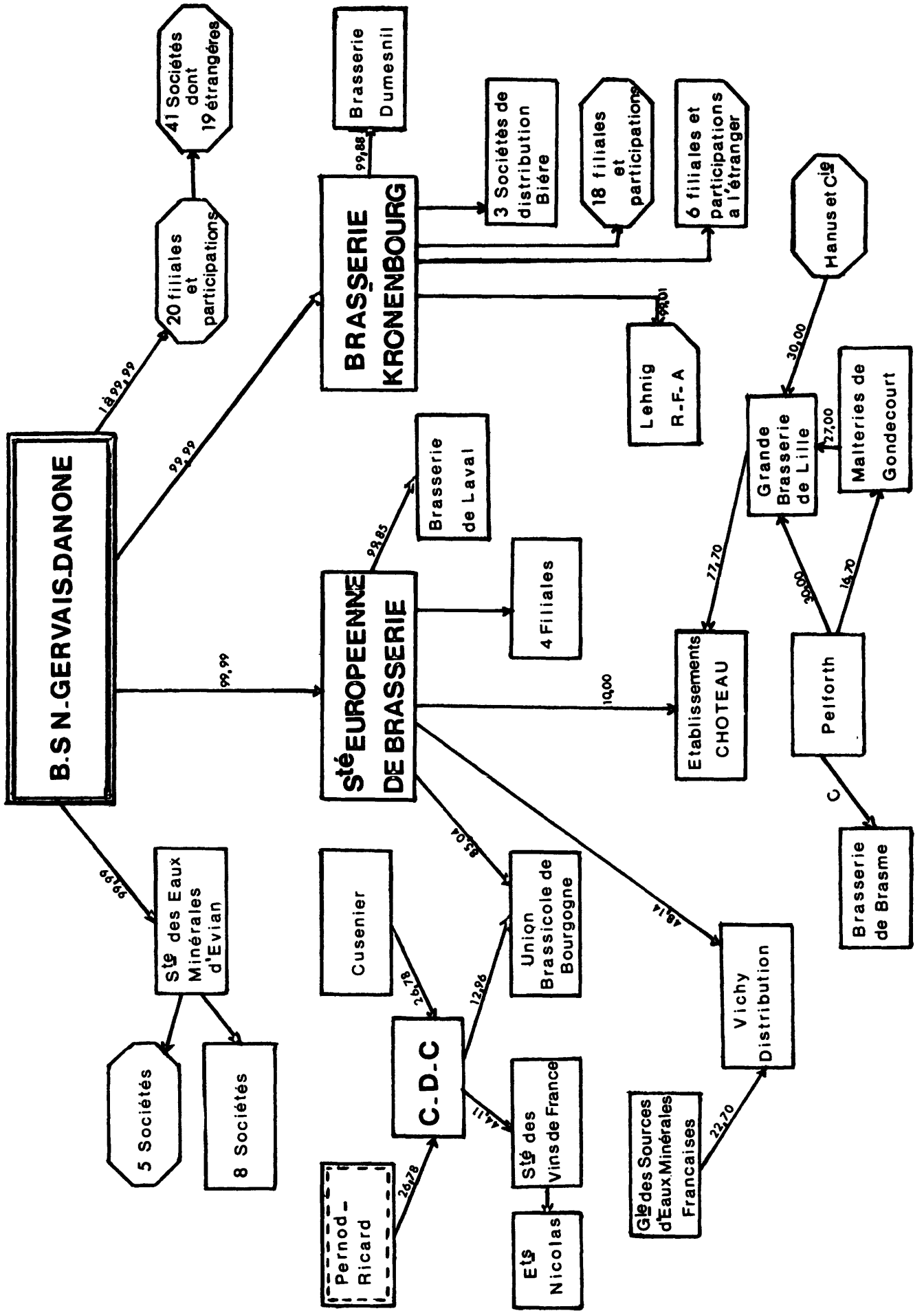
	(Consommation à domicile)										Source : CREDOC INSEE		Unités = million Francs	
	1959	1961	1963	1965	1967	1968	1969	1970	1971	1972	variation moyenne 1959-72. en %	variation moyenne 1968-72 en %		
Boissons Alcoolisées														
• Ensemble des vins	9 279	9 411	9 525	9 978	9 739	9 709	9 896	9 805	10 074	10 455	+ 1,1	+ 1,9		
- VCC	7 217	6 969	6 762	6 825	6 448	6 326	6 423	6 350	6 176	6 171	- 1,4	- 0,63		
- VDN	462	498	514	553	571	583	583	573	2 848	3 209	+ 6,5	+ 5,3		
- VAOC	1 341	1 594	1 802	2 034	2 026	2 068	2 072	2 035	1 050	1 075	+ 26,3	+ 11,7		
- champagne	259	350	447	566	694	732	818	847	4 305	4 725	+ 12,2	+ 4,8		
• Spiritueux	1 913	2 112	2 598	3 051	3 523	3 970	4 113	4 155	2 278	2 428	+ 18,1	+ 4,7		
- apéritifs et vins de liqueurs	766	949	1 243	1 516	1 793	2 041	2 133	2 197	2 027	2 297	+ 8,4	+ 4,8		
- eau de vie et liqueurs	1 147	1 163	1 355	1 535	1 730	1 929	1 980	1 958	1 421	1 374	+ 4,2	+ 4,4		
• Bière	911	849	861	969	1 131	1 169	1 285	1 317	210	211	- 1,8	+ 0,5		
• Cidre	254	229	219	203	215	207	219	210	210	211	- 1,8	+ 0,5		
Boissons non alcoolisées														
• Eaux minérales	978	1 157	1 376	1 499	1 920	1 918	2 120	2 284	2 520	2 864	+ 16,1	+ 4,1		
• Boissons gazeuses	706	805	889	951	1 192	1 189	1 309	1 437	1 604	1 912	+ 14,2	+ 15,2		
• jus de fruits et liqueurs, sirops	238	261	331	379	491	489	566	579	617	656	+ 14,6	+ 8,5		
• café, thé, chi-corée, infusions	34	91	156	169	237	240	245	268	299	296	+ 64,2	+ 5,8		
Achats totaux de boissons	2 584	2 442	2 468	2 612	2 691	2 795	2 752	2 933	2 944	2 854	+ 0,9	+ 0,5		
Achats alimentaires	15 919	16 200	17 047	18 312	19 219	19 768	20 385	20 704	21 474	22 483	+ 3,4	+ 3,4		
87 737	97 565	109 611	116 050	122 324	125 973	129 460	130 512	136 951	142 914	142 914	+ 5,2	+ 3,4		
% Boissons	18,1	16,6	15,5	15,8	15,7	15,7	15,7	15,9	15,7	15,7	- 1,2	-		

EVOLUTION DES INDICES DES PRIX DE DETAIL EN FRANCS CONSTANTS 1959 (BASE 100 EN 1959)
 ACHATS DES MENAGES POUR LA CONSOMMATION A DOMICILE

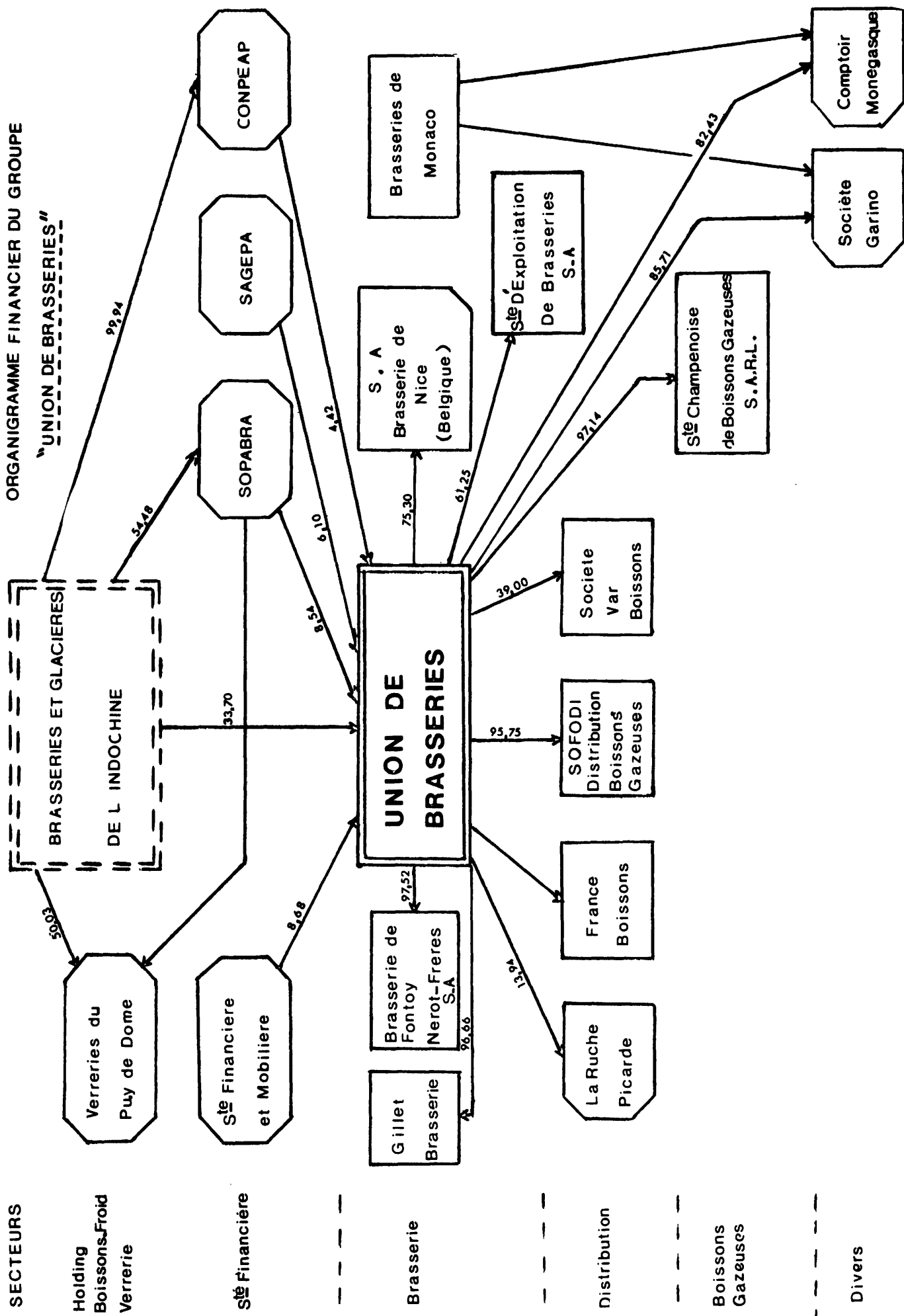
Tableau VI

	1960	1962	1964	1966	1968	1970	1972
Produits alimentaires	99,8	101,6	104,4	105,0	107,4	104,8	105,1
Boissons	98,8	95,9	94,2	91,3	92,9	93,0	91,4
<u>Boissons alcoolisées</u>							
• Ensemble des vins	99,1	97,4	94,7	91,7	93,6	94,3	-
- V.C.C.	98,6	96,0	93,3	88,4	88,9	89,1	83,3
- V.D.N.	105,5	100,1	102,4	100,9	100,5	102,5	
- V.A.O.C.	101,8	107,2	104,3	107,6	108,1	110,0	115,1
- Champagne	99,6	103,4	106,4	103,0	137,4	134,1	144,1
• Apéritifs et vins de liqueurs.	97,8	91,5	92,5	87,1	93,5	93,9	93,2
• Eaux de vie et liqueurs (yc. le whisky)	100,0	95,4	97,5	95,4	98,2	96,8	101,1
• Bière	99,4	98,5	103,8	100,6	104,8	105,9	105,9
• Cidre	99,4	99,6	103,5	99,9	103,7	104,5	109,7
<u>Boissons non alcoolisées</u>	99,3	96,7	94,0	90,6	89,1	86,2	90,9
• Eaux minérales	98,8	95,0	90,0	86,9	84,5	83,0	83,1
• Boissons gazeuses	99,3	105,0	106,3	101,9	102,9	97,6	94,1
• Jus de fruits et de légumes, sirops.	95,8	81,9	84,7	81,5	81,1	75,1	79,7
• Café, thé, chicoré malt, infusions.	96,2	88,3	86,6	84,8	81,8	82,8	74,2

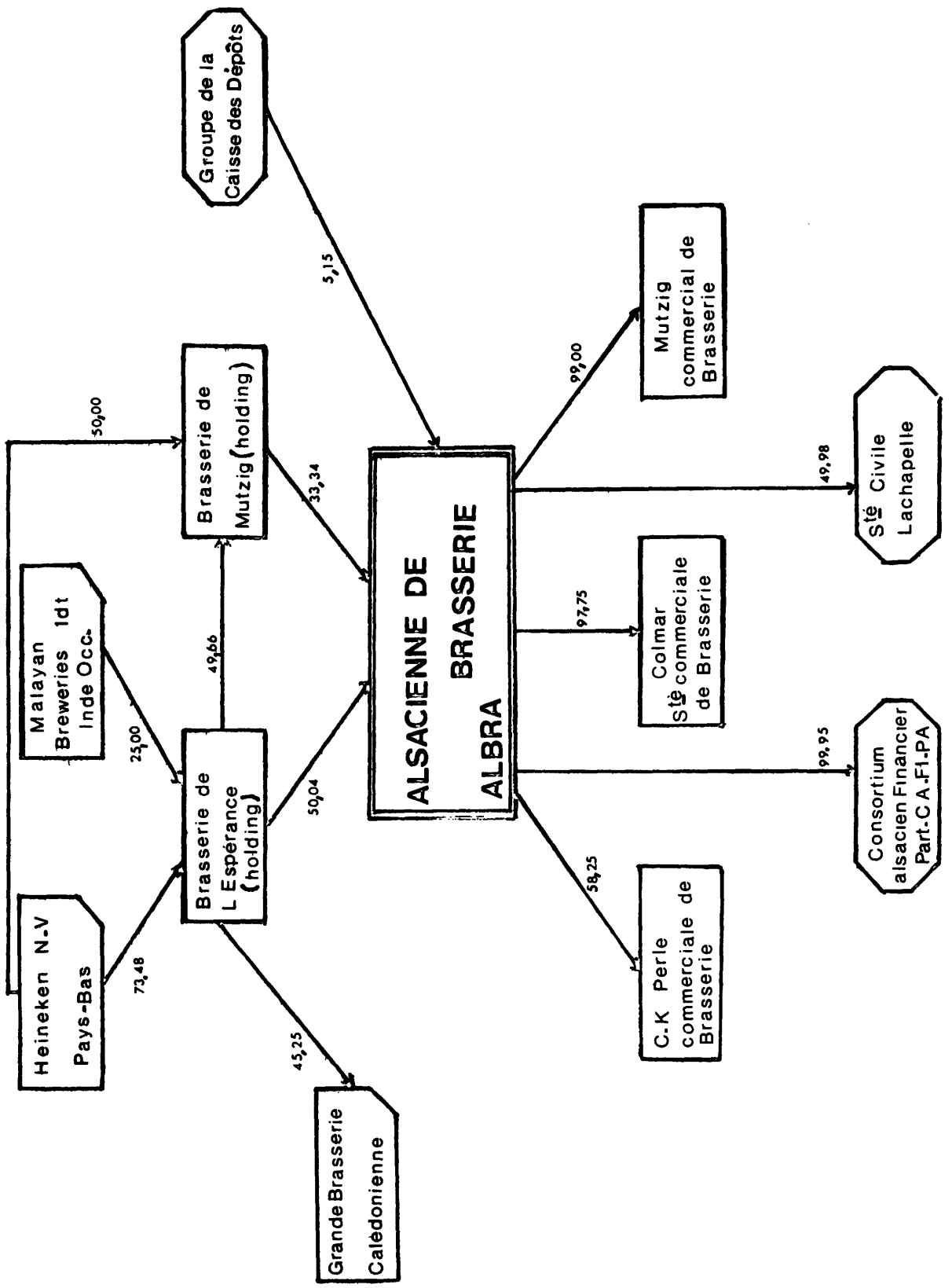
ORGANIGRAMME FINANCIER DU GROUPE "B.S.N. BIÈRES"



ORGANIGRAMME FINANCIER DU GROUPE
"UNION DE BRASSERIES"



ORGANIGRAMME FINANCIER DU GROUPE "ALBRA"

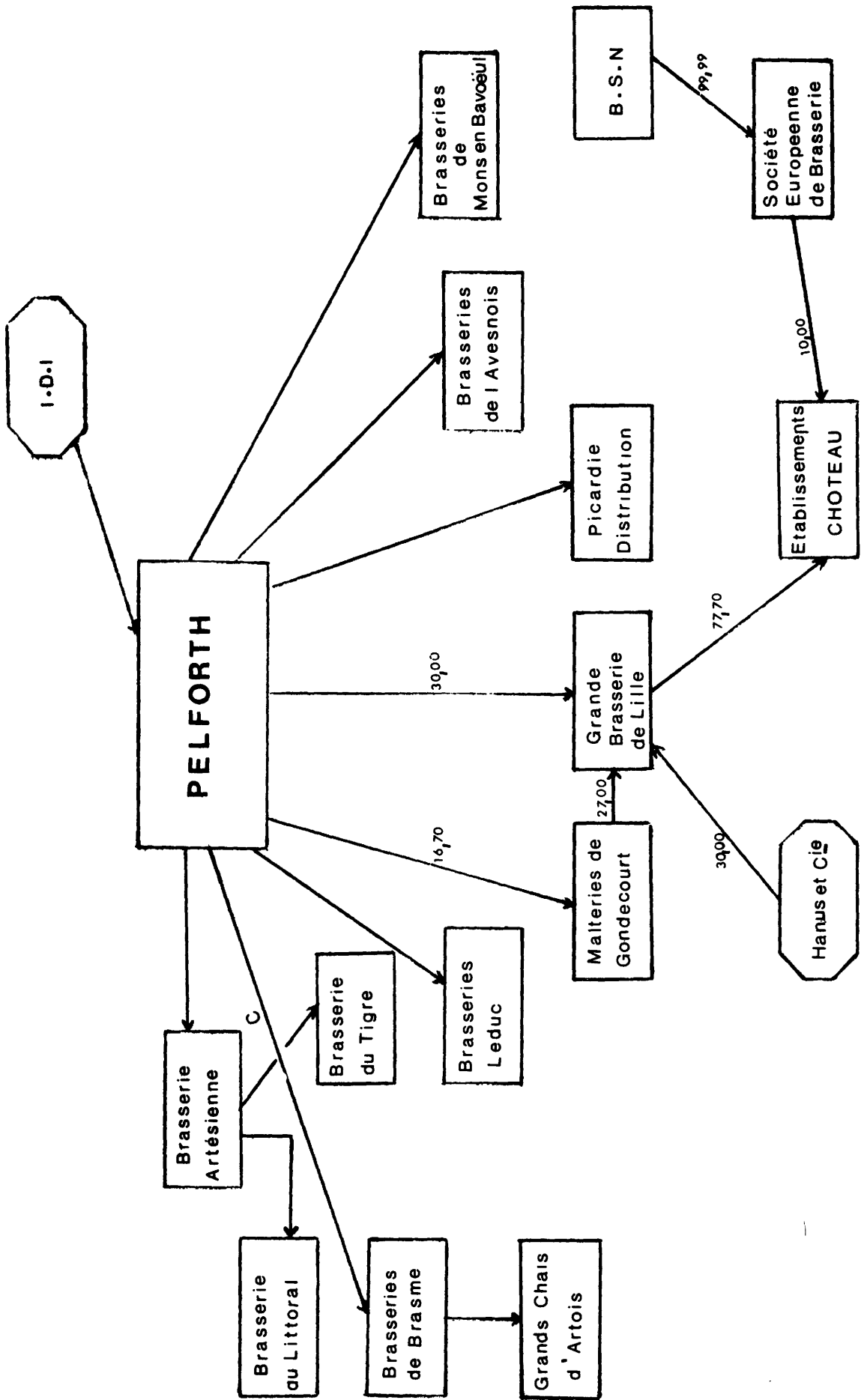


BRASSERIE

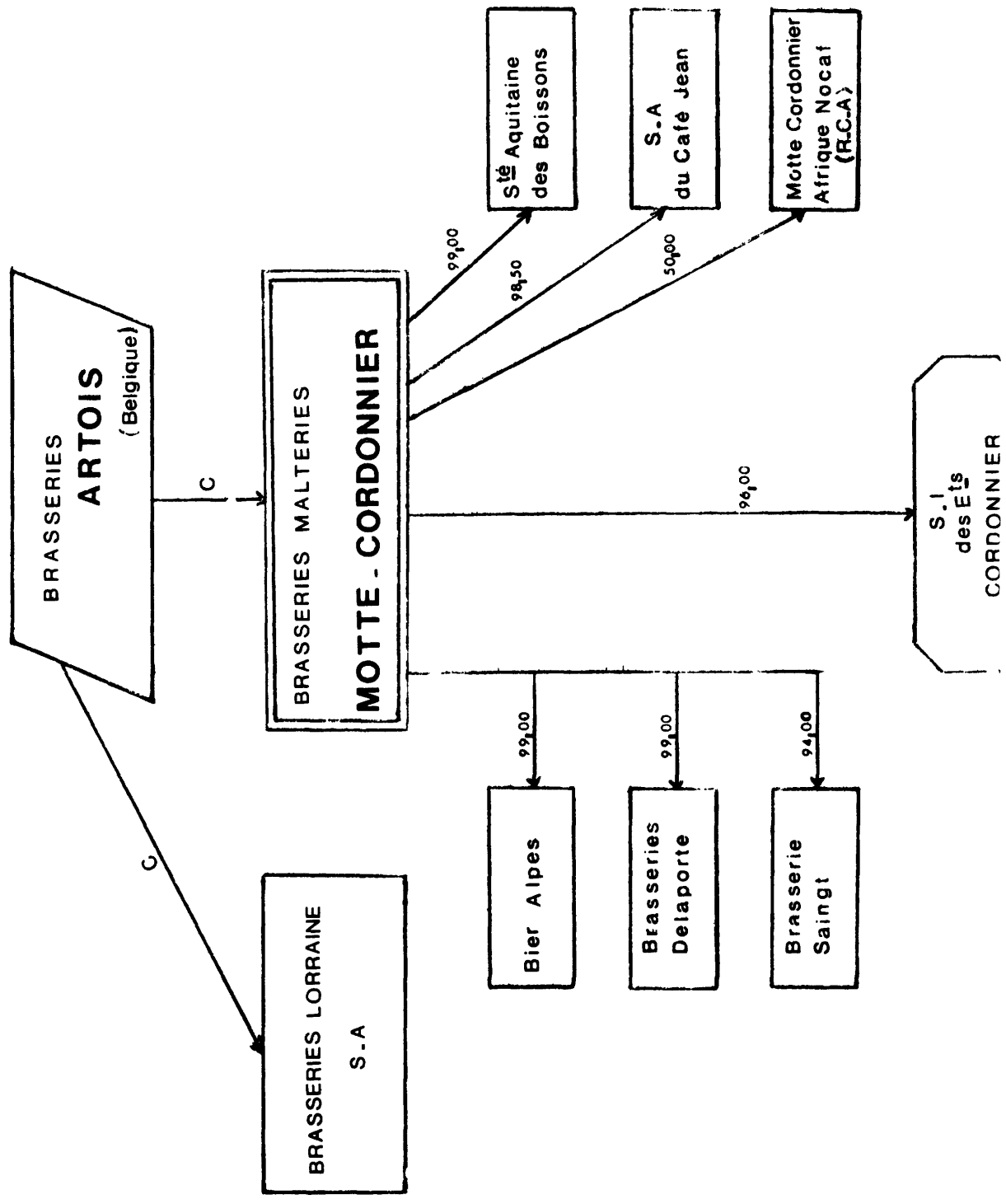
DISTRIBUTION

DIVERS

ORGANIGRAMME FINANCIER DU GROUPE "PELFORTH"



ORGANIGRAMME FINANCIER DU GROUPE "MOTTE-CORDONNIER"



Bureaux de vente

Belgique – België

*Moniteur belge – Belgisch
Staatsblad*
Rue de Louvain 40-42 –
Leuvenseweg 40-42
1000 Bruxelles – 1000 Brussel
Tél. 5120026
CCP 000-2005502-27 –
Postrekening 000-2005502-27

Sous-dépôt – Agentschap:
Librairie européenne –
Europese Boekhandel
Rue de la Loi 244 – Wetstraat 244
1040 Bruxelles – 1040 Brussel

Danmark

J.H. Schultz – Bøghandel
Montergade 19
1116 København K
Girokonto 1195
Tel. 141195

Deutschland (BR)

Verlag Bundesanzeiger
5 Köln 1 – Breite Straße –
Postfach 108006
Tel. (0221) 21 03 48
(Fernschreiber: Anzeiger Bonn
08 882 595)
Postscheckkonto 834 00 Köln

France

*Service de vente en France des
publications des Communautés
européennes*
Journal officiel
26, rue Desaix
75732 Paris – Cedex 15
Tél. (1) 5786139 – CCP Paris 23-96

Ireland

Stationery Office
Beggar's Bush
Dublin 4
Tel 688433

Italia

Libreria dello Stato
Piazza G. Verdi 10
00198 Roma – Tel. (6) 8508
CCP 1/2640
Telex 62008
Agenzie:
00187 Roma - Via XX Settembre
(Palazzo Ministero
del Tesoro)
20121 Milano - Galleria
Vittorio Emanuele
3 – Tel. 806406

Grand-Duché de Luxembourg

*Office des publications officielles
des Communautés européennes*

5, rue du Commerce
Boîte postale 1003 – Luxembourg
Tél. 490081 – CCP 191-90
Compte courant bancaire:
BIL 8-109/6003/300

Nederland

Staatsdrukkerij- en uitgeverijbedrijf

Christoffel Plantijnstraat,
's-Gravenhage
Tel. (070) 81 45 11
Postgiro 425300

United Kingdom

H.M. Stationery Office
P.O. Box 569
London SE 1 9NH
Tel. 01-9286977, ext. 365

United States of America

*European Community Information
Service*

2100 M Street, N.W.
Suite 707
Washington, D.C. 20037
Tel. 2965131

Schweiz – Suisse – Svizzera

Librairie Payot

6, rue Grenus
1211 Genève
Tél. 318950
CCP 12-236 Genève

Sverige

Librairie C.E. Fritze

2. Fredsgatan
Stockholm 16
Post Giro 193. Bank Giro 73/4015

España

Libreria Mundi-Prensa

Castelló 37
Madrid 1
Tel. 2754655

Autres pays

*Office des publications officielles
des Communautés européennes*

5, rue du Commerce
Boîte postale 1003 – Luxembourg
Tél. 490081 – CCP 191-90
Compte courant bancaire:
BIL 8-109/6003/300

FB 150,- Dkr 23,60 DM 10,20 FF 18,- Lit. 2750 Fl. 10,40 £ 1.85

OFFICE DES PUBLICATIONS OFFICIELLES DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
Boite postale 1003 – Luxembourg