

Gilbert Delos

# 101 bières

*Grandes marques et brasseries artisanales*

## **Autres titres dans la collection **Les 101 à découvrir****

101 parfums à découvrir par Nicolas de Barry

101 whiskies à découvrir par Ian Buxton

101 whiskies du monde entier à découvrir par Ian Buxton

101 bordeaux à découvrir par Antoine Lebègue

101 chocolats à découvrir par Valentine Tibère

101 rhums à découvrir par Alexandre Vingtier

101 saveurs du Japon par François-Xavier Robert

101 cocktails par François Monti

Gilbert Delos

# 101 bières

*Grandes marques et brasseries artisanales*

DUNOD

Graphisme de couverture : Maud Warg.

Photographies des bouteilles Asociale, OV-RAL, Rigor Mortis,  
Sainte Colombe, Sylvie'cious, Vie de Château : Cédric Duchamp

Photographie page 9 : © Maksim Shebeko – fotolia.com

<p>Le pictogramme qui figure ci-contre d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de mérité une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.</p> <p>Le Code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements</p>	 <p><b>DANGER</b> LE PHOTOCOPIAGE TUE LE LIVRE</p>	<p>revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.</p> <p>Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).</p>
---	---	---

© Dunod, Paris 2013, 2014, 2015  
5 rue Laromiguière, 75005 Paris  
www.dunod.com  
ISBN 978-2-10-073790-1

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

# *Sommaire*

Introduction	6
101 bières	10
Servir et déguster la bière	212
Accord bières-mets	213
Où acheter	214
Lexique	220
Index par pays	223

# Introduction

Ce guide est conçu pour aider ses lecteurs à s'y retrouver dans le monde complexe et varié de la bière.

Il n'est surtout pas un palmarès des meilleures bières, pas plus qu'une nomenclature des bières existantes. On compte actuellement au moins 4 à 5 000 brasseries de par le monde, élaborant chacune au moins quatre à cinq bières différentes. Vouloir les recenser toutes relèverait d'un travail de Sisyphe, d'autant qu'au moins une nouvelle se lance chaque jour.

Les bières présentées ici, venant du monde entier, relèvent donc d'abord du choix subjectif d'un passionné qui s'intéresse au sujet depuis une trentaine d'années environ... Aussi, pour rédiger cette 2<sup>e</sup> édition, je n'ai eu que l'embaras du choix pour sélectionner quelques nouveautés parmi les plus intéressantes dans les salons de bière.

L'autre critère de cette sélection, c'est que toutes les bières présentées soient disponibles facilement... à une exception près ! à vous de trouver laquelle...

Car la chance que nous avons, nous autres amateurs de bières, est que celles-ci sont de plus en plus disponibles, et dans des styles de plus en plus variés. Et cela, pour deux raisons principales.

D'une part, la renaissance des brasseries artisanales françaises se traduit par l'existence de plus de 600 sites brassicoles, offrant une diversité accrue de styles et d'arômes. Un renouveau qui touche aussi l'Italie et en partie la Belgique. De plus, ces nouveaux brasseurs se sont notablement perfectionnés, et il est de plus en plus rare de trouver chez eux des bières quelconques, voire ratées comme c'était encore le cas il y a une dizaine d'années.

D'autre part, il est de plus en plus facile de se fournir. Car s'est développé dans un grand nombre de villes (cf. liste en fin d'ouvrage) un réseau de boutiques spécialisées, les caves à bières, capables d'offrir en permanence un choix d'au moins 300 à 400 bières différentes. Et si votre caviste n'a pas la bière que vous désirez, il est capable de se la procurer rapidement.

Et l'explosion d'Internet permet de plus en plus aisément de commander et de se faire livrer à domicile les bières souhaitées, soit auprès des brasseries elles-mêmes, soit sur des sites spécialisés.

Le seul maillon faible entre brasseurs et consommateurs reste aujourd'hui le circuit des cafés-restaurants. Dans un passé pas si lointain, c'était en effet dans ces établissements que l'on pouvait faire l'apprentissage de la bière. Aujourd'hui, l'écrasante majorité d'entre eux se contente de vendre (et assez cher en plus...) ce que leur fournit d'autorité le distributeur avec lequel ils sont sous contrat.

Cette sélection est donc subjective, disais-je, et réunit quelques-unes des bières incontournables pour tous ceux qui s'intéressent à cette boisson à base de céréales fermentées, vieille d'environ dix mille ans.

Beaucoup de coups de cœur, donc, mais aussi quelques coups de griffe. Car quelques-unes des bières présentées, et souvent largement diffusées, ne méritent guère ce nom pour des raisons variées, misant davantage sur leur emballage que sur leur contenu, le plus souvent d'une triste pauvreté.

Culturellement, les Français sont globalement sous-informés en ce qui concerne la bière. Une grande majorité d'entre eux pensent encore que le houblon est son principal ingrédient (alors qu'il n'est qu'une épice, d'ailleurs pas indispensable pour réaliser une grande bière), et ne voient dans la bière qu'une boisson blonde pétillante, surtout faite pour les désaltérer.

Or, entre les blondes, les ambrées, les brunes, les noires, les amères, les fruitées, les acidulées, les torrifiées, les épicées, les florales, les herbacées, les astringentes, les caramélisées... le choix est bien plus vaste qu'on ne l'imagine souvent.

La sélection présentée ici vise donc à rendre compte de cette grande diversité de styles, d'arômes et de goûts qu'offre aujourd'hui le monde de la bière. Ce n'est plus uniquement – même si elle le restera toujours un peu – une boisson idéale pour se désaltérer, cela peut être aussi une compagne de chaque instant de la journée, pour peu qu'on apprenne à la choisir.

Certes, on peut répartir les bières par couleur, par mode de fermentation, par style... que sais-je encore ? Mais la bière se moque un peu des classifications trop étroites et, même une fois qu'un style se dégage, il y aura toujours un brasseur un peu plus imaginatif pour lui donner une nouvelle interprétation, sortant ainsi d'un carcan restrictif.

J'aime cette liberté, cette douce folie qui règne dans le monde de la bière et souligne à quel point celle-ci n'est pas prisonnière

des cépages, des terroirs, de l'ensoleillement, voire d'interdits administratifs, à la différence des vins et de nombreux spiritueux. Car, ici, c'est le brasseur qui décide de tout, depuis ses matières premières jusqu'au mode de garde de ses bières en fin d'élaboration. Une responsabilité très lourde car, comme le dit un proverbe de la profession, « n'est pas brasseur qui veut, mais qui peut ».

Par rapport à ses concurrents, la bière présente par ailleurs des avantages évidents. Ainsi, elle est moins alcoolisée que le vin ou les spiritueux. J'entends parfois des cris d'orfraie quand je parle d'une bière à 8 ou 10% d'alc. vol., alors qu'on oublie un peu trop souvent que le vin dépasse allègrement les 13-14%... et je ne parle pas des spiritueux. Et, par rapport aux sodas et aux jus de fruits, ses concurrents sur le terrain de la soif, elle est nettement moins chargée en sucres, tout en offrant bien évidemment une toute autre richesse aromatique.

Et puis, autre atout en ces temps de crise, la bière n'est pas chère et reste très abordable. À de rarissimes exceptions près, comme ces bières rares et très alcoolisées que tentent certains brasseurs, les prix se situent dans une fourchette très raisonnable, entre 2 et 5 € pour une petite bouteille et entre 5 et 10 € pour une grande. C'est tout de même plus abordable qu'un grand cru classé de Bordeaux ou un single malt écossais de vingt ans d'âge !

Alors, profitons en... non pour boire plus que de raison bien sûr, mais pour découvrir les nombreuses facettes que nous propose aujourd'hui la bière.

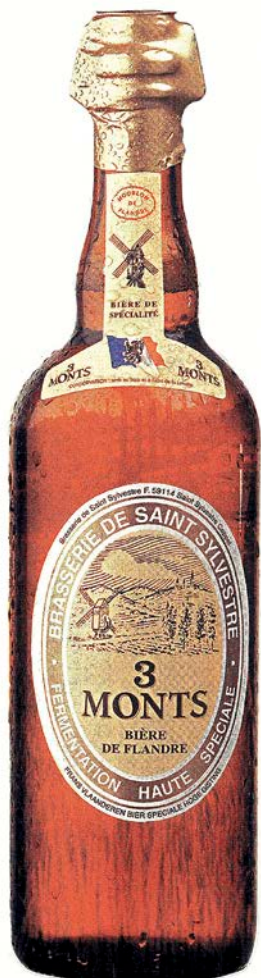
Et n'ayez pas trop de complexes face à toute cette diversité. Comme l'a dit il y a longtemps déjà un grand professionnel de la bière, « le vrai critère pour savoir si une bière est bonne, c'est de se demander, lorsqu'on a fini son verre, si on a envie d'en reprendre un autre » !





1

<i>Brasserie</i>	Saint-Sylvestre
<i>Adresse</i>	121 rue de la Chapelle, 59114 Saint-Sylvestre-Cappel (France)
<i>Marques</i>	3 Monts, Gavroche, Luxe du Moulin
<i>Disponibilité</i>	Bouteilles et fûts, tous circuits
<i>Visite</i>	Non



[www.brasserie-st-sylvestre.com](http://www.brasserie-st-sylvestre.com)

## 3 Monts

176 mètres pour le mont Cassel, 159 pour celui des Récollets et 158 pour celui des Cats : des altitudes qui n'ont rien de vertigineux, mais qui font tout de même leur petit effet dans la plaine des Flandres, établie entre 30 et 50 mètres au-dessus du niveau de la mer.

Situés à proximité de la frontière belge, ces trois monts étaient tout indiqués pour donner leur nom à une nouvelle bière forte lancée le 17 novembre 1984 par la brasserie Ricour, dont les origines remontent au moins à 1789. Depuis, elle a changé plusieurs fois de mains avant de devenir la propriété de Rémy Ricour en 1920. Ce dernier ne connaissait rien à la bière, mais son oncle va lui transmettre l'essentiel de son savoir-faire.

Dans cette région de tradition agricole, l'orge comme le houblon poussent sans problème et donnent aux bières un caractère céréalière naturel... qui ne doit rien au marketing. Seul problème : le manque d'eau. Rémy Ricour réalise donc un forage à 120 mètres de profondeur, mais qui ne donne qu'un faible débit d'une eau trop alcaline, juste bonne pour le nettoyage des installations.

Rémy Ricour brassait des bières peu alcoolisées, livrées en fûts aux particuliers comme aux cafetiers, mais dans un rayon ne dépassant pas 10 km autour du village. Aujourd'hui, on peut trouver la 3 Monts (8,5% d'alc. vol.) aussi bien en Suède qu'en Nouvelle-Zélande, aux États-Unis comme au Brésil ou en Corée. Mais je ne sais pas comment on dit 3 Monts en coréen... L'originalité de cette bière est l'étrier métallique qui retient le bouchon de liège fermant la bouteille. Un système à peu près unique au monde... et qui énerve parfois lorsqu'il s'agit d'ouvrir le flacon !

À Rémy Ricour a succédé son fils Pierre, puis ses petits-enfants François et Serge, qui poursuivent une politique sage et sans tapage de progression régulière des ventes et de la production : 40 000 hl à l'heure actuelle, dont 15% à l'export. Preuve que l'on peut prendre de l'altitude dans le plat pays des Flandres...

### *Couleur*

Blond doré, limpide.

### *Nez*

Les céréales maltées dominent, avec de belles nuances fruitées.

### *Bouche*

Généreuse dès l'attaque, ample, aux notes de céréales dominantes relevées par une agréable amertume perceptible surtout en fin de bouche.

2

<i>Brasserie</i>	Bavaria
<i>Adresse</i>	Lieshout, 5737 Laarbeek (Pays-Bas)
<i>Marques</i>	Bavaria, 8.6, Swinkels, Hollandia
<i>Disponibilité</i>	Tous réseaux
<i>Visite</i>	Sur rendez-vous en groupes



[www.bavaria.com](http://www.bavaria.com)

## 8.6

« Celle par qui le scandale arrive »... Tel pourrait être le surnom de cette bière distribuée en France à partir de 1992. La 8.6 est arrivée par la petite porte, mais en ne faisant rien comme les autres. D'un fort degré d'alcool, elle est conditionnée en boîte de 50 cl (un format rare à l'époque) et vendue à l'unité dans le réseau des petits supermarchés de quartier, à un prix plus que raisonnable.

Certes, c'est faute des moyens nécessaires pour convaincre la grande distribution qu'elle a fini par se faufiler de cette manière, mais cela l'a rendu d'autant plus scandaleuse. La 8.6 fut ainsi accusée de contribuer à l'alcoolisation de la population, et notamment des SDF...

À l'origine, elle titrait 8,6% d'alc. vol. (d'où son nom...). Puis elle est passée à 7,9%. Cette diminution remonte à 2003, quand les pouvoirs publics français, soucieux de moralité... et de faire rentrer un peu d'argent dans les caisses de la Sécurité Sociale, ont projeté de surtaxer les bières supérieures à 8,5%.

La levée de boucliers a été telle, notamment en Belgique, producteur spécialisé dans les bières fortes, ainsi qu'au niveau européen (comme entrave protectionniste à la concurrence) que le projet est vite retombé comme un soufflé mal cuit. Mais, entre temps, Bavaria avait baissé le degré... puis lui a fait retrouver celui d'origine à l'automne 2014, sans susciter de réaction.

Cette réputation sulfureuse sur le marché français n'a pas empêché les ventes de 8.6 de croître régulièrement. Mais elle a dû tout de même résonner défavorablement aux oreilles de la famille Swinkels. Car, depuis sept générations, ces prudes protestants ont fait d'une petite brasserie de campagne un géant de la bière, n° 3 aux Pays-Bas et distribuée dans plus de 120 pays. Et elle se flatte d'avoir avec la 0,00% la première bière totalement désalcoolisée du marché. Presque à l'opposé de la 8.6, en quelque sorte...

### *Couleur*

Blonde dorée,  
limpide et brillante.

### *Nez*

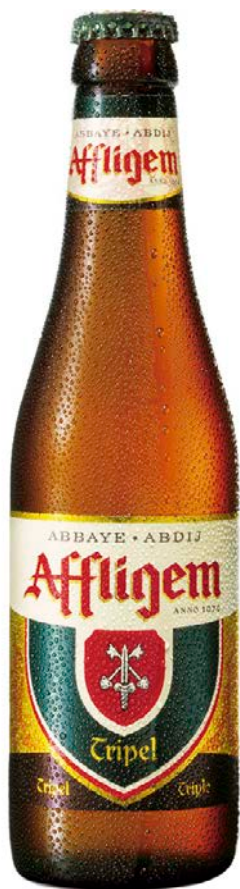
Céréales maltées,  
traces d'alcool.

### *Bouche*

Moelleuse à l'attaque,  
puis enveloppe bien  
le palais. Le caractère  
malté domine, avec  
très peu d'amertume,  
puis l'alcool se  
fait sentir, la bière  
devenant puissante,  
voire lourde jusqu'à  
la finale, empâtant  
un peu la bouche.  
Persistance sur  
le malté.

3

<i>Brasserie</i>	De Smedt
<i>Adresse</i>	18 Ringlan, 1745 Opwijk (Belgique)
<i>Marques</i>	Affligem, Postel
<i>Disponibilité</i>	Bouteilles et fûts, tous circuits
<i>Visite</i>	Non



[www.affligembeer.com](http://www.affligembeer.com)

# Affligem - Triple

Au moins, avec Affligem, il n'y a pas de tromperie sur la marchandise, à la différence de tant d'autres bières qui se proclament Triple ou d'abbaye. Car il s'agit bien d'une bière d'abbaye, alors que cette dénomination est parfois floue (en Belgique comme en France), certaines bières portant le nom de communautés monastiques disparues ou n'ayant jamais existé...

Fondée en 1062 par un groupe de chevaliers, l'abbaye bénédictine d'Affligem, non loin de Gand, va devenir une des plus importantes de la région. Mise à mal par la Révolution française, la communauté réussit à se maintenir en s'installant à Termonde. En 1870, à côté des ruines de l'ancienne abbaye, de nouveaux bâtiments sont construits, ainsi qu'une église, dans un style néo-gothique un peu lourdingue il est vrai.

Les moines vont y brasser jusque dans les années 1950, mais la communauté s'amenuisant, le père abbé dom Robertus décide d'arrêter le brassage pour le confier – en échange de royalties – à une brasserie laïque. Ce sera De Hertog à Anvers, puis De Smedt à Opwijk, non loin de l'abbaye. Affligem va devenir rapidement la marque la plus vendue de la brasserie, au point d'intéresser le géant Heineken qui, après l'avoir distribuée, la rachète en 2000.

Quant au terme de Triple, il est aussi nébuleux que celui d'abbaye. Certes, il doit s'agir d'une bière forte (au moins 7% d'alc. vol.) d'après une ancienne terminologie belge classant les bières en trois catégories (Simple, Double et Triple), mais il n'est pas obligatoire qu'il s'agisse d'une triple fermentation...

Or c'est le cas avec Affligem Triple (9% d'alc. vol.) qui connaît deux fermentations en cuve (la seconde en cuve ouverte, ce qui donne plus de complexité aromatique), et une troisième en bouteilles. Pour une fois que les indications sont conformes à la réalité...

## **Couleur**

Blond doré à reflets orangés, trouble.

## **Nez**

Le fruité domine (pomme cuite, pêche), avec de belles notes maltées.

## **Bouche**

Attaque franche, avec beaucoup de vivacité. Un généreux fruité s'installe (dominante de fruits jaunes : pêche, coing) et quelques notes d'épices (coriandre, réglisse). Légère amertume, avec un peu de floral (aubépine). Ample, avec une bonne mâche, sur une tonalité tout de même sèche et un peu astringente.

4

<i>Brasserie</i>	De Proef
<i>Adresse</i>	20 Dornzelestraat, 9080 Lochristi (Belgique)
<i>Marques</i>	Reinaert, Braven
<i>Disponibilité</i>	Bouteilles et fûts, surtout chez les cavistes et quelques bars spécialisés
<i>Visite</i>	Non



[www.craigallan.fr](http://www.craigallan.fr)



# Agent Provocateur

Par principe, je n'aime pas mettre en avant ce qu'on appelle biérologie une «bière d'étiquette», c'est-à-dire une marque élaborée dans une brasserie pour le compte d'une société qui se charge de la commercialiser. Le procédé est plus courant qu'on ne le pense, d'autant qu'il n'y a pas obligation de faire figurer le nom de la brasserie sur l'étiquette...

Outre le côté un peu trompeur, on n'est jamais sûr avec ce procédé de savoir qui est le véritable créateur de la bière, car le rôle du brasseur dans son élaboration peut être plus ou moins important.

Mais il serait injuste pour autant de passer sous silence cet Agent Provocateur, vu son originalité indéniable. Craig Allan, son créateur, a un parcours finalement peu courant. Écossais d'origine, il a fait des études de brasserie à Édimbourg, avant de partir travailler dans une brasserie britannique. Ensuite, il s'intéresse au whisky pour le compte d'un distributeur. Puis c'est le vin qui l'attire... en la personne de Sabine (sa compagne aujourd'hui), œnologue, avec laquelle il part travailler dans les vignes et les chais bourguignons.

Retour enfin à la bière, d'abord en Écosse pour différentes brasseries, puis en Picardie où il s'installe en 2015.

Lancé en 2010 et titrant 6,5% d'alc. vol., son Agent Provocateur témoigne avec éclat du renouveau du houblonnage chez les artisans brasseurs français. Ici, il s'agit d'amarillo et de cascade, deux stars venues des États-Unis. Quant au nom de la bière, je me demande toujours où les nouveaux brasseurs vont les trouver. Car, avec eux, plus question d'utiliser le nom de leur village ou le patronyme familial comme faisaient leurs prédécesseurs. Craig Allan a persisté par la suite, avec sa Cuvée Oscar et Psychedelia. Des bières à la fois différentes de la première... mais tout aussi houblonnées et provocantes.

## **Couleur**

Jaune soutenu, tendant vers l'orangé. Trouble.

## **Nez**

Houblon frais, sans exagération et avec une belle élégance.

## **Bouche**

Attaque vive, fraîche, et tout de suite une dominante houblonnée se développe avec puissance. L'amertume est bien présente, mais très équilibrée, avec de belles notes aromatiques sur le fruité (fruits jaunes) et l'herbacé. Le corps est agréable, avec de la finesse et du style. Longue persistance en bouche.

5

*Brasserie*

Mont Salève

*Adresse*

151 rue du Jura,  
74160 Neydens (France)

*Marques*

Blonde, Spécial Bitter, IPA,  
Stout, Weissen

*Disponibilité*

Bouteilles et fûts, distribution locale  
et cavistes spécialisés

*Visite*

Oui



[www.labrasserie dumontsaleve.com](http://www.labrasserie dumontsaleve.com)