

## Le concours "Best Belgian Beers of Wallonia 2016"

- Session : 2015-2016
- Année : 2016
- N° : 618 (2015-2016) 1

- Question écrite du **27/06/2016**

- de LEGASSE Dimitri
- à COLLIN René, Ministre de l'Agriculture, de la Nature, de la Ruralité, du Tourisme et des Aéroports, délégué à la Représentation à la Grande Région

Il y a quelques semaines se tenait le premier salon des produits du terroir wallon « C'est bon, c'est wallon » à Marche-en-Famenne.

Ce fut l'occasion de donner les résultats de la 3e édition du concours « Best Belgian Beers of Wallonia ».

Ce concours vise à promouvoir et récompenser les meilleures bières belges brassées en Wallonie et commercialisées en propre par les brasseries.

Cette édition a vu une augmentation importante du nombre de participants, car, sur les 95 bières artisanales, il y en avait 56 nouvelles.

Ce concours est organisé par l'Agence wallonne pour la promotion d'une agriculture de qualité (APAQ-W) et je salue cette initiative qui vise à renforcer les petites brasseries face aux grands groupes.

En se basant sur les résultats des deux premières éditions, a-t-on observé une incidence positive des ventes des bières lauréates de ce concours ?

Le choix d'un nom anglais pour un concours wallon est-ce pour avoir plus de retombées internationales ?

Suite à ce concours, l'APAQ-W soutient-elle les bières lauréates ?

De quelle manière ?

Y a-t-il une promotion nationale et internationale ?

- Réponse du **18/07/2016**

- de COLLIN René

Le concours Best Belgian Beer of Wallonia est au cœur d'une dynamique positive. Le

taux de renouvellement de nouvelles brasseries inscrites au concours est de 30 % entre 2014 et 2016, alors que ce même taux était de 10 % entre 2012 et 2014. Le pourcentage de nouvelles bières inscrites en 2016 était de 60 %.

Les médias internationaux ont relayé le concours, dont notamment le Huffingtonpost.fr et au cercle d'affaires Wallonie - Québec.

Ce concept Belgian Beer Of Wallonia a été coconstruit avec les brasseurs wallons pour lesquels il était essentiel de choisir un nom à ne pas traduire, compréhensible de tous et qui pourrait être utilisé comme support à l'exportation.

Il est clair que disposer d'une bière primée au concours facilite les contacts commerciaux. Être lauréat du concours est surtout important en termes de crédibilité, de reconnaissance et de notoriété.

Les lauréats contribuent à l'engouement des consommateurs pour les bières primées. Ces produits prennent progressivement des parts de marché dans l'Horeca notamment. Les brasseurs bénéficient également de support de communication et d'affiches plastifiées qui reprennent le nom de leur brasserie.

L'Agence wallonne pour la promotion d'une agriculture de qualité (APAQ-W) effectue la promotion des bières primées en Belgique, lors de festivals, foires, fêtes, tandis que l'Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements (AWEx) promeut notamment les brasseries ayant des bières primées à l'étranger.

L'estimation de l'impact du concours sur les chiffres d'affaires est difficile. Beaucoup de microbrasseries sont très fréquemment en flux tendus pour leur production et ne possèdent dans bien des cas pas ou peu de statistiques des quantités produites et commercialisées par bière. J'ai néanmoins demandé à l'APAQ-W de réfléchir à des indicateurs pertinents à ce sujet.