

D'Octobre / Décembre 2009

Brasserie  Castelain

Ch'ti fête ses 30 ans !

Salon Pianeta
Birra 2010

ANNIVERSAIRE

La Ch'ti fête ses 30 ans !

Créé en 1979 par Yves Castelain, le produit phare de la brasserie de Bénifontaine a connu la consécration avec le film « Bienvenue chez les Ch'tis » de Dany Boon en 2008. L'histoire de cette bière c'est aussi celle d'une entreprise, des hommes et des femmes qui partagent la même passion. Pour 2010, la brasserie se lance de nouveaux défis.

C'est avec simplicité et bonne humeur que l'équipe de la brasserie Castelain a reçu la presse pour les 30 ans de la Ch'ti dans ses locaux de Bénifontaine, près de Lens. C'était l'occasion de jeter un oeil dans le rétroviseur mais aussi d'envisager l'avenir pour les dirigeants de l'entreprise familiale. C'est donc en 1979 que la Ch'ti a vu le jour. À l'époque, il s'agissait d'une bière de Noël élaborée par Yves Castelain. 50 000 bouteilles ont été vendues aux clients des environs, prêts à en consommer toute l'année. Ce premier succès a conduit les dirigeants à prendre un virage stratégique pour la brasserie. Terminés la distribution de boissons et l'embouteillage de vins, désormais, Yves Castelain allait se concentrer à une seule activité: brasser !



■ Damien Houssez, maître brasseur



■ Annick Castelain présente la toute première bouteille de Ch'ti, celle produite il y a 30 ans

Choix de marque contesté

Alors que les mines étaient en plein déclin, Yves Castelain opte pour le nom de « Ch'ti » et appose sur l'étiquette une tête de mineur. Longtemps, très longtemps, les spécialistes du marketing lui reprocheront ce choix de marque, trop régional, difficilement prononçable à Toulouse ou Marseille. Aujourd'hui,

chacun reconnaît son succès... grâce bien entendu au film « Bienvenue chez les Ch'tis ». Certains pensent d'ailleurs que la bière a été spécialement créée pour le film...

La production s'accroît d'année en année pour atteindre aujourd'hui 45 000 hl. La Ch'ti blonde à elle seule représente 70 % du chiffre d'affaires de la brasserie. La gamme s'est étoffée, au fil du temps, avec l'apparition d'une Ch'ti Ambrée, une Ch'ti Brune, une Ch'ti Blanche et une Ch'ti Triple.

Nouveaux produits, nouvelles marques

Toujours assoiffés de nouveautés, les dirigeants de la brasserie ont décliné d'autres bières telles la Jade, une bière biologique lancée en 1986, qui connaît un réel engouement depuis quelques mois avec une progression de ses ventes, pour les deux premiers mois de l'année 2009, de près de 27 %.

La dernière née, la Maltesse, lancée en 2007 et déjà auréolée de trois médailles au Concours général agricole de Paris, a tout de suite reçu un accueil très favorable du public. À cette panoplie, il faut encore ajouter les bières de saison : de printemps et de Noël.

« Cette gamme répond aux différents besoins des consommateurs » affirme Alain Lemenu, directeur commercial.



Scherzo
communication et relations publiques

ANNIVERSAIRE

Investir pour garantir la pérennité

Aujourd'hui, la brasserie Castelain poursuit sa lancée et consacre une partie importante de son chiffre d'affaires à l'investissement. Le *packaging* de la Ch'ti vient de changer: la marque Ch'ti est écrite en plus gros et seule la couleur (jaune pour la blonde, dorée pour l'ambrée) a été conservée, exit les façades des maisons de la Grand'Place d'Arras en arrière-plan.

Après avoir investi 4 millions d'euros en 2006 pour moderniser l'outil de production (conditionnement, nouvelle cuverie de fermentation et de garde, nouveaux bâtiments), la brasserie compte investir 3 millions d'euros entre cette année et 2011. Priorité sera accordée à la construction d'une nouvelle salle de brassage qui trouvera place à quelques dizaines de mètres de celle qui fonctionne aujourd'hui. Elle sera de la même capacité mais tout en inox.

Priorité aussi au respect de l'environnement

L'ancienne brasserie en cuivre sera bien entendu conservée pour la partie musée qui sera elle-aussi repensée et développée. Les investissements concerneront aussi l'amélioration de l'embouteillage et de l'enfûtage, l'achat d'une nouvelle rinceuse (moins gourmande en eau) ainsi qu'une nouvelle



■ L'actuelle salle de brassage sera remplacée par un équipement flamant neuf d'ici quelques mois

laveuse de bouteilles. Enfin, un nouveau bâtiment de stockage de 2000 m² verra le jour. Un effort supplémentaire sera fait pour réduire l'empreinte de l'activité brassicole sur l'environnement avec la poursuite des économies d'eau (-24 % par an depuis 2005), d'énergie et de recyclage des déchets. Côté produits, deux nouvelles bières devraient voir le jour. La priorité reste avant tout de stabiliser la qualité.

À la question de savoir combien de fois la recette de la Ch'ti blonde a changé au fil du temps, Yves Castelain affirme que le brasseur a beaucoup touché à la recette, mais, à chaque fois, par petites touches.

Économiquement, après avoir réalisé 6,5



■ La cuve d'empâtage est impressionnante



■ Des centaines de personnes ont participé à la fête organisée par la brasserie au Tri Postal à Lille

millions d'euros de chiffre d'affaires en 2008 (+30 % par rapport à 2007), la brasserie vise une production de 50 000 hl pour fin 2011 et compte faire passer ses exportations de 15 à 25 % d'ici cinq ans. La brasserie Castelain se place aujourd'hui au 7^e rang des brasseries françaises. Ce n'est pas rien !

■ François Devos



■ Nicolas Castelain, responsable de la production en compagnie d'Annick et d'Yves Castelain (de gauche à droite)

