

# L'heure de l'apéritif artisanal : la diversité des stratégies de réussite des microbrasseries

Gaëlle Petit<sup>1,5</sup>, Samira Rousselière<sup>2,5</sup>, Emilie Korbel<sup>1,5</sup>, Luc Audebrand<sup>3,6</sup>, Damien Rousselière<sup>4,5,6</sup>

<sup>1</sup>Oniris, GEPEA, CNRS, Nantes, France.

<sup>2</sup>Oniris, LEMNA, Université de Nantes, Nantes, France.

<sup>3</sup>Université Laval, Faculté des sciences de l'administration, Québec, Canada.

<sup>4</sup>Institut Agro, SMART-LERECO, INRAE, Angers, France.

<sup>5</sup>Institut de Recherche en Sciences et Techniques de la Ville, CNRS, Nantes, France.

<sup>6</sup>Centre de recherche sur les innovations sociales, Canada.

## Résumé

Le secteur brassicole est en évolution rapide depuis deux décennies. Or, il a un rôle majeur à jouer dans l'économie et notamment l'économie locale. Ce secteur représente des valeurs pour différentes catégories de parties prenantes. Ces dernières années, la production, la distribution tout comme les habitudes alimentaires des consommateurs de bières ont conduit le secteur produit brassicole à s'interroger sur sa performance de durabilité. Cette étude utilise la famille d'outils d'analyse du cycle de vie, et met en œuvre ses principes sociale pour caractériser et quantifier la valeur sociale attribuée aux brasseries artisanales microbrasseries, en mettant en évidence leurs impacts sur différentes catégories de parties prenantes. L'accent est donc mis sur les entreprises artisanales, et en examine les impacts locaux. Tout particulièrement, les pratiques volontaristes qu'ils mettent en place sont mise en évidence par l'outil et décrite dans la discussion. L'étude montre qu'au-delà de leur simple contribution économique, la valeur attribuée aux microbrasseries est liée à leur performance sociale et aux différentes stratégies de succès mises en œuvre par les acteurs.

## 1. Introduction : évolution du secteur brassicole et objectif de cette étude

Dans les pays de l'Union européenne, le secteur brassicole joue le rôle important dans l'économie (Smoluk-Sikorska and Kalinowski 2011). La valeur ajoutée, les revenus du budget de l'État générés par la production, la distribution de bière, les exportations et les importations de bière ainsi que l'emploi dans le secteur brassicole sont des éléments majeurs de compréhension de la création de valeur par la production et distribution de bière en Europe. Particulièrement, l'industrie brassicole est génératrice de recettes budgétaires de l'État dans les pays à haut niveau de scalisme et où la production et la consommation de bière sont assez élevées. Par ailleurs, le secteur brassicole assure de nombreux emplois, y compris dans le domaine de la distribution et de l'hôtellerie.

Une brasserie artisanale ouvre aujourd'hui tous les deux jours en France. Sur le plan de la distribution, de nouveaux marchands d'alcool spécialisés ont vu le jour un peu partout en France, comme les dépanneurs au Québec. Parallèlement, la grande distribution renouvelle son offre en profondeur. Cette dynamique se traduit par une croissance de 20% de l'activité au cours de la

dernière décennie. Ce métier hautement spécialisé évolue en France à travers l'offre de produits de qualité supérieure destinés à répondre aux attentes et à l'expertise des clients. En 2013, ils n'étaient plus que 21,3% des commerçants vendant des spécialités de bière contre 74% en 2018. Leurs produits sont désormais plus personnalisés et reflètent l'image d'une clientèle fidèle et curieuse. Cependant, une croissance effrénée en 2019 a tendance à ralentir ou à atteindre un stade de maturité. Avec 5700 points de vente répertoriés en 2018, le marché semble atteindre un seuil même si du côté de l'offre de bière locale, artisanale et originale, 200 brasseries ont ouvert la même année. Le boom de l'artisanat et des brasseries locales semble être une tendance fondamentale, répondant à la demande d'authenticité, de proximité et de durabilité des consommateurs (Petit et al.2020). Pour certaines microbrasseries, notamment non coopératives, une reprise peut être vue comme un objectif en soi (comme moyen de valoriser les actifs des fondateurs) tandis que, en revanche, les microbrasseries coopératives ou communautaires peuvent volontairement limiter leur expansion (car il y a un compromis entre capital social et économies d'échelle pour ces organisations) (Musson & Rousselière 2020). Ils auront donc des liens différents avec le territoire et l'industrie. À notre connaissance, la diversité des logiques organisationnelles et institutionnelles basées sur des statuts juridiques différents n'a pas été abordée dans la littérature croissante sur la bière artisanale, alors qu'elle est relativement courante dans d'autres domaines académiques (Audebrand & Barros 2018)

Cette étude vise à évaluer l'influence des critères de résilience des microbrasseries dans un secteur actuellement en reconsolidation (Carroll & Swaminathan, 2000). Basé sur les approches complémentaires de l'écologie organisationnelle et de la théorie du paradoxe (Michaud & Audebrand 2019), cet article mettra en évidence la diversité des possibilités et des trajectoires de résilience, en tant qu'organisations de bière artisanale (à but lucratif, coopératives de consommation ou multi-acteurs, entreprises) peuvent avoir différents objectifs de performance (Bouchard et Rousselière 2016). À cette fin, sur la base d'une méthodologie mixte (Small 2011), une évaluation qualitative ou semi-quantitative du cycle de vie écosociale, et une évaluation quantitative du cycle de vie environnemental de six brasseries artisanales en France et au Québec (Canada) sont menées. Les principaux leviers de leur résilience sont mis en avant : leur situation géographique (urbaine, périurbaine ou rurale), leur éventuelle coactivité (brasserie artisanale uniquement, coactivité pub, coactivité restauration), leur taille, ainsi que leur statut juridique (coopérative ou non) et leur appartenance à une association professionnelle.

Des indicateurs économiques (coût des produits) et sociaux (emploi, satisfaction des parties prenantes) caractériseront la diversité des stratégies de réussite, la possibilité d'une croissance durable et leurs capacités de résilience. L'objectif de cette recherche étant d'identifier certains facteurs clés de performance pour ces brasseries, nous fournissons éventuellement des orientations sur les décisions stratégiques pour les différentes parties prenantes.

## **2. Etat de l'art : cartographie des valeurs associées à la brasserie artisanale pour différentes catégories de parties prenantes**

### **2.1. Valeur pour le consommateur**

La croissance rapide du nombre de microbrasseries est mondiale (Knowles and Egan 2002). Or du côté des consommateurs, les schémas alimentaires correspondent habituellement à des tendances stables dans le temps. Leurs choix changent peu et lentement, car ils correspondent à la mise en place de routines assez constantes. Cependant ces dernières années, les habitudes alimentaires des

consommateurs de produit brassicoles ont rapidement évolué. Et ce changement d'habitudes implique un changement de perception envers un produit.

Deux études se sont intéressées à la caractérisation de ce changement de perception de la bière (Gómez-Corona et al. 2016). Une première étude préliminaire visait à explorer les habitudes de consommation de bière et à mieux comprendre la représentation de la bière artisanale parmi 207 consommateurs de bière. A l'aide d'un questionnaire proposé à Mexico lors d'un festival de la bière, les résultats ont montré que les répondants pouvaient être classés en trois catégories de consommateurs : bière industrielle (41,1%), bière industrielle occasionnelle (24,1%) et bière artisanale (34,8%). Le groupe de consommateurs de bière artisanale comprenait principalement des hommes de 25 à 35 ans à revenu élevé. Croyant citer des bières artisanales, certains répondants ont en fait désigné des bières industrielles, ce qui conduit à émettre l'hypothèse que le concept de bière artisanale pourrait être mal défini ou défini en termes idéologiques seulement.

La deuxième étude, ethnographique, a permis de comprendre les motivations des consommateurs et les avantages ressentis de la consommation de bière artisanale. Ce type de bière, opposé au type industriel, apparaît comme un produit d'expérience et de symbole plutôt que comme un produit utilitaire. La principale motivation pour boire de la bière artisanale semble être la quête d'authenticité. Par ailleurs, les consommateurs recherchent trois facteurs importants : le désir d'acquérir plus de connaissances, de vivre de nouvelles expériences gustatives et de se singulariser en s'éloignant de la consommation de bière traditionnelle. La bière artisanale, contrairement à la bière industrielle traditionnelle, n'est pas consommée pour ses attributs fonctionnels, mais pour son apport en termes de construction d'identité, de quête d'authenticité et d'unicité.

*Nous voyons ici apparaître une première source de création de valeur de la brasserie artisanale auprès du consommateur, que nous allons chercher à traduire en termes d'impacts sociaux auprès de la catégorie de partie prenantes correspondante.*

## 2.2. Valeur pour les acteurs de la chaîne de valeur

En Europe dans le secteur britannique des brasseries indépendantes, l'éclatement des réseaux de distribution est la règle. Il existe également une grande communauté de geek de la bière ainsi qu'une forte camaraderie entre les brasseurs. La nature sociale du produit même, lui prête des valeurs, au-delà de sa seule valeur économique. Ancré dans les principes de logique de service-dominante et de co-création de valeur, le secteur concerne l'interaction et l'implication client. Par exemple, au lieu de gros budgets marketing, les brasseries indépendantes s'engagent sur les médias sociaux dans le cadre d'une communauté inclusive, ce qui leur confère présence, pertinence et identité (Godson 2018). Ces entreprises utilisent leur identité sociale, le capital personnel et supplantent les délimitations traditionnelles du marché : fournisseur, consommateur, employé, intermédiaire et concurrent. Une telle diversification stratégique individualisée leur donne un avantage sur les brasseries dites « industrielles ».

*Notre première source de création de valeur auprès d'une catégorie de partie prenantes spécifique, les consommateurs, se trouve donc élargie et étendue aux acteurs de la chaîne de valeur brassicole (fournisseurs, employés, intermédiaires, concurrents). Nous allons également chercher à les traduire en termes d'impacts sociaux.*

## 2.3. Valeur pour l'environnement et la société

Afin de documenter les différentes sources d'intérêt croissant des consommateurs pour les bières artisanales, une étude récente a cherché à questionner la perception de la qualité des bières artisanales dans un panel de 150 consommateurs de bière industrielle de masse (Donadini and

Porretta 2017). L'expérimentation impliquait un système de notation conjointe sur une échelle de 9 points pour laquelle les répondants ont reçu quarante-neuf profils de bière à évaluer. Chaque profil était décrit par la variation de huit attributs (type de brasserie, technologie de brassage, caractérisation des matières premières, équipement de la brasserie, emplacement de la brasserie, type de contenant, prix de détail, où acheter).

Les résultats montrent que ces consommateurs accordaient la plus grande importance au type de contenant (30,49%) et à la technologie de brassage (17,64%). La caractérisation des matières premières (13,44%) et le type de brasserie (12,64) sont classés 3 et 4 et placés dans la même zone d'importance moindre que la technologie de brassage. Le prix de détail (9,87%) et le lieu d'achat (8,73%) sont beaucoup moins importants. La moindre importance de toutes était attachée à l'équipement de brassage (4,44%) et à l'emplacement de la brasserie (2,75%). La bouteille en verre associée au bouchon couronne ainsi que la microfiltration sont les attributs qui ont le plus suscité l'intérêt des consommateurs, suivis par le caractère local des grains, le fût en acier inoxydable et le monastère comme lieu de production. En revanche, le plastique (PET Keg), les canettes en aluminium et la brasserie industrielle à grande échelle ont eu le plus grand impact négatif sur l'intérêt des consommateurs. Les hommes et les femmes partageaient des schémas d'intérêt similaires, même si les hommes accordaient plus d'importance que les femmes au prix de détail, à l'emplacement de la brasserie et à l'endroit où acheter. Les femmes quant à elles attachent plus d'importance que les hommes au type d'emballage, à la technologie de brassage et au type d'entreprise brassicole.

*Certains de ces valeurs ou attributs de qualité sont facilement à rapprocher d'attributs de durabilité (type d'emballage à rapprocher de matériau d'emballage plus ou moins vertueux, technologie de brassage à rapprocher de l'éco-efficacité du brassage, approvisionnement local à rapprocher de moins de kilomètres parcourus et donc moins d'empreinte CO<sub>2</sub> associée, etc.) ; aussi sommes-nous tentés de nommer deux catégories de parties prenantes supplémentaires classiquement prise en compte dans les études d'impacts de durabilité : l'environnement et la société.*

#### 2.4. Valeur pour les actionnaires et les preneurs de risque

Par ailleurs, il a été montré que la *financiarisation* et la *valeur pour l'actionnaire* ont été des paramètres importants dans la vie de certaines brasseries artisanales (en l'occurrence, leur mort puisqu'il s'agissait de leur fermeture). Le cas a été démontré pour le cas de la brasserie de Vaux à Sunderland (Pike 2006). Cette « financiarisation » et cette « valeur actionnariale » sont des paramètres liés à la géographie de l'espace et du lieu de brassage, et les approches d'économie politique géographique mises en œuvre dans l'étude ont montré que les pressions généralisées créées par la discordance entre différentes catégories d'acteurs socio-institutionnels a conduit à la non capacité à la structure brassicole à se maintenir en activité. Particulièrement dans le cas de la brasserie Vaux à Sunderland, une infrastructure financière sensible sur le plan spatial, ancrée localement et régionalement, l'évaluations de la valeur actionnariale n'a pas fait l'objet d'un consensus par les agents sociaux. Donc l'intégration de la structure au sein de son territoire, condition sans doute nécessaire, n'a pas été suffisante pour soutenir le développement local et régional d'une telle industrie.

*Cette étude nous amène donc à considérer comme nouvelle catégorie de partie prenantes à prendre en compte dans la caractérisation et la quantification d'impacts sociaux, les actionnaires, membres, ou propriétaires de la brasserie. Nous verrons comment le type statut juridique de la structure peut influencer sa bonne performance.*

L'évolution du secteur brassicole est telle que la question de la performance de durabilité de la croissance associée croissance se pose. Il existe des études qui se sont intéressées aux caractéristiques entrepreneuriales des microbrasseries afin d'évaluer leurs motivations et leur potentiel de croissance. L'une d'elles, en mettant l'accent sur les entreprises rurales, a examiné les impacts locaux et montré que la valeur attribuée aux microbrasseries va au-delà de leur simple contribution économique, incluant notamment la formation et la création d'emplois, la préservation des bâtiments classés et la valorisation du tourisme rural (Ellis and Bosworth 2015). Cet article souhaite également à mettre en évidence la valeur attribuée aux microbrasseries au-delà de leur contribution économique, en s'intéressant tout particulièrement à leur performance sociale et aux différentes stratégies de succès mises en œuvre par les acteurs.

La section suivante cherche à éclairer le lecteur sur une famille d'outils, l'ACV sociale, que nous mettons en œuvre pour caractériser et quantifier la valeur sociale attribuée aux microbrasseries, en mettant en évidence leurs impacts sur différentes catégories de parties prenantes.

### **3. Méthodologie de l'étude : l'analyse de cycle de vie sociale**

#### 3.1. Les principes de l'analyse de cycle de vie sociale

Les entreprises sont aujourd'hui de plus en plus en devoir d'évaluer les impacts sociaux de leur chaîne d'approvisionnement, afin d'étendre leur conscience de la durabilité de leur activité (Draucker 2013). Conscientes que l'engagement de leur propre chaîne d'approvisionnement est un déterminant fort dans l'atteinte de leur objectif commercial en termes de durabilité, ces entreprises ont dorénavant recours à différentes méthodologies de qualification et quantification de leur impacts telles que l'ASCV par exemple (Mentzer et al. 2001; Seuring and Müller 2008; Fallahpour et al. 2017). L'ASCV peut être plus largement utilisée mettre en place une gestion durable conjointe de la chaîne de valeur en entier (soit la chaîne d'approvisionnement et la chaîne de distribution). Elle permet alors de mettre en évidence les hotspots, et donc les aspects sur lesquels il est prioritaire d'agir, de modéliser et donc d'éclairer les gains à espérer selon le ou les scénarios d'amélioration choisis afin d'améliorer la performance de durabilité (D'Eusano et al. 2019, 2020). Tout comme l'ACV environnementale, l'ASCV évalue les intrants, les extrants d'un système ou d'une organisation et calcule les impacts environnementaux potentiels de ses processus (Benoît 2010). Cette approche contribue également à la création de connaissance partagée dans l'entreprise ou l'organisation en ce qu'elle permet de partager une vue d'ensemble de l'ensemble du cycle de vie du système analysé et de mieux connaître les processus à améliorer. Enfin, c'est un outil d'aide à la décision au sens où l'ASCV permet de mettre en lumière les intérêts sociaux de tel ou tel scénario d'amélioration et peut faciliter le processus décisionnel de l'entreprise au sein de sa chaîne de valeur (D'Eusano et al. 2018).

L'ACV sociale est donc un outil développé pour favoriser l'amélioration des conditions sociales tout au long du cycle de vie d'un produit, en améliorant les comportements des entreprises, en rapport avec leurs activités et leurs décisions, pour parvenir à terme à des modèles de consommation durables (Parent et al. 2010; Feschet 2014; Garrido et al. 2018). En effet, les décisions concernant les activités stratégiques telles que la gestion de la chaîne d'approvisionnement doivent être prises à l'éclairage des impacts potentiels modélisés ou mesurés, afin de classer par ordre de priorité différentes options. L'ACV sociale peut fournir des informations sur des problèmes sociaux à cibler, gérer et améliorer, à travers une évaluation des points chauds ou hotspots.

Pour identifier les hotspots sociaux tout au long du cycle de vie de produits et/ou services, des entreprises ont mené des ASCV en utilisant majoritairement des données primaires, c'est-à-dire

spécifiques à l'entreprise. Des industries dotées de chaînes d'approvisionnement internationales complexes ont déjà présenté des travaux basés sur une approche pratique de l'ASCV (Karlewski et al. 2019). Il s'agit pour eux d'établir un ensemble d'indicateurs et développer une vaste collecte de données. Ces données sociales ont été obtenues auprès des acteurs de toute la chaîne de valeur constituant le cycle de vie des produits automobiles et de leurs composants spécifiques. Leur qualité a été analysée selon leur disponibilité, leur validité et leur comparabilité. Afin d'obtenir une modélisation permettant de mettre en comparaison différentes références de produits, une approche descendante et ascendante basée sur la temporalité et la disponibilité des données au niveau du processus a été conçue pour les indicateurs quantitatifs. S'agissant des indicateurs qualitatifs, leur développement a été indexé à des indicateurs de performance semi-quantitatifs (par exemple, un nombre d'accidents). L'ensemble de quatre indicateurs quantitatifs et sept indicateurs qualitatifs constitue un premier pas vers l'analyse de la performance sociale des produits mis en marché par des entreprises à chaînes d'approvisionnement complexes.

Afin d'intégrer des aspects sociaux dans l'évaluation de la performance de durabilité, l'UNEP-SETAC recommande une méthodologie basée sur une ACV environnementale ou biophysique, avec complément des aspects sociaux. L'ACV sociale (SCLA) implique et formule des éléments essentiels et des exigences relatives à l'intégration des aspects sociaux. Toutefois, elle doit faire face à des freins à lever dans la pratique, en particulier dans la modélisation de la caractérisation, car les impacts sociaux requièrent un type de modélisation très différent des impacts environnementaux (Grießhammer et al. 2006). Des obstacles surviennent dès la définition de l'objectif et de la portée d'une étude (les limites du système, critères et seuils d'allocation, etc.), dans la catégorisation des groupes d'indicateurs, dans la classification des indicateurs individuels associés et dans leur caractérisation.

Les porteurs de projet ACV sociale sont souvent confrontés à la complexité du ciblage des hotspots, dans certains cas, peuvent être extérieurs au périmètre de responsabilité de l'entreprise seule. Alors, émerge des questions telles que la priorisation des nombreux points chauds de la chaîne de valeur, difficile à solutionner pour les décideurs. Par ailleurs, l'appréciation est très différente des aspects sociaux par différents groupes d'acteurs et dans différents pays, y compris par des scientifiques, soient-ils organisés en équipes interdisciplinaires. Comme pour l'ACV environnementale, les freins persistants concernent la disponibilité, la qualité et la « granulométrie » des données pour permettre la comparaison de différents scénarios, des règles méthodologiques d'allocation partagées qui permettent de décrire finement les processus et mettre en évidence les hotspots. C'est pourquoi des études complémentaires sont nécessaires.

Et, malgré le fait que la communauté scientifique se soit organisée autour de l'ACV sociale, l'importance de pondérer les sous-catégories d'impacts sociaux, soit à des fins de calcul (Benoit-Norris et al. 2012), pour des raisons éthiques (Ekener-Petersen et al. 2014) ou afin de faire progresser l'ACV sociale ; a été soulignée. La recherche s'intensifie en particulier en ce qui concerne ses effets escomptés (Jørgensen 2013). Si l'ACV sociale est un outil dont l'ambition est d'améliorer la qualité de vie humaine tout au long du cycle de vie d'un produit, proposer une opérationnalisation efficace des résultats d'ACV sociale à travers un processus de hiérarchisation des impacts sociaux demande une réflexion profonde impliquant l'ensemble des processus d'un système de production-distribution des produits et services (Macombe and Loeillet 2014).

### 3.2. Choix d'une grille d'indicateurs de mesure d'impacts

Parmi les concepts RSE les plus couramment rencontrés dans la littérature, certains peuvent également contribuer à approfondir le développement de méthodologies de quantification d'impacts

sociaux (McWilliams et al. 2006; Elifneh 2017). Différentes approches RSE peuvent être cartographiées. Garriga et Mele en ont par exemple identifié quatre catégories (2004). Il s'agit (1) des théories instrumentales, dans lesquelles la société n'est vue que comme un instrument de création de richesse, et ses activités sociales ne sont qu'un moyen d'obtenir des résultats économiques; (2) les théories politiques, qui concernent le pouvoir des entreprises dans la société et un usage responsable de ce pouvoir dans l'arène politique; (3) les théories intégratives, dans lesquelles l'entreprise se concentre sur la satisfaction des demandes sociales; et (4) les théories éthiques, fondées sur les responsabilités éthiques des entreprises envers la société. Par ailleurs Crane, Matten et Moon (2008) ont mis en évidence les rôles économiques, juridiques et sociaux des entreprises, même si aujourd'hui leur rôle politique n'est pas encore pleinement apprécié.

Le tableau 1 reprend certains fondements des études dans la filière vitivinicole, adaptés à la filière brassicole.

**Tableau 1 : Grille d'indicateurs de mesure d'impacts utilisées dans l'étude**

Activité Processus	Sous-catégorie d'impact	Description de l'inventaire de l'indicateur	Niveau A (comportement volontariste)	Niveau B (exigence de base)	Niveau C	Niveau D	
Gestion/Management	Travailleurs	Conditions de travail Heures de travail	Dispositif volontaire et spécifique mis en place par la brasserie	Durée hebdomadaire moyenne travaillée est égale à 48 et 8 heures par jour ou limite selon législation nationale	La moyenne des heures hebdomadaires travaillées est supérieure à 48 et inférieure à la moyenne des heures hebdomadaires travaillées pour le secteur / pays	La moyenne des heures hebdomadaires travaillées est supérieure à 48 et supérieure à la moyenne des heures hebdomadaires travaillées pour le secteur / pays	
		Réalisation professionnelle		Formation activités de travail + autres formations Taux de rétention des salariés	Formation activités de travail Taux de rétention des salariés	Pas de formation Taux de rétention des salariés	
		Liberté d'association et négociation collective		Protection des travailleurs	Les travailleurs sont associés / peuvent s'associer à un syndicat	Le score des droits des travailleurs du pays où l'organisation est située est compris entre [0; 2.9]	Le score des droits des travailleurs du pays où l'organisation est située est compris entre [3; 4]
		Salaire juste Salaire équitable		Paiement régulier Revenu minimum conformément à la loi Taux de prime pour compenser les heures supplémentaires	Le salaire du travailleur égal au salaire minimum du pays / secteur où se trouve l'organisation	Le pays a un «PIB sur la base de la parité de pouvoir d'achat, divisé par la population» inférieur au «facteur de conversion du salaire vital x parité du pouvoir d'achat»	Le pays a un «PIB sur la base de la parité du pouvoir d'achat, divisé par la population» plus élevé que le « facteur de conversion salaire x parité de pouvoir d'achat »
		Opportunités égales Egalité des chances Discrimination		Niveau d'éducation des travailleurs familiaux Traitements inégaux	Système de gestion, politique ou actions pour éviter la discrimination et promotion de l'égalité des chances pour les travailleurs	Preuves de discrimination Pays de résidence à risque modéré (score GEI inférieur à 50)	Preuves de discrimination Pays de résidence à risque (score GEI égal ou supérieur à 50)
		Santé et sécurité		Accidents du travail, plaintes pour blessures Maladies professionnelles Équipement de travail approprié Programmes de formation des travailleurs en matière de santé et de sécurité au travail	Respect de la législation nationale relative à la santé et à la sécurité	Accidents du travail (taux d'accidents) inférieurs aux accidents du travail du pays / secteur de résidence de la brasserie	Accidents du travail (taux d'accidents) égaux ou supérieurs aux accidents du travail du pays / secteur de résidence de la brasserie
		Gouvernance		Politique de gouvernance égalitariste	Type de gouvernance Rapport entre le salaire le plus bas et le plus élevé	Type de gouvernance Rapport entre le salaire le plus bas et le plus élevé	Type de gouvernance Rapport entre le salaire le plus bas et le plus élevé
		Bénéfices sociaux Prestations sociales sécurité sociale		Prestations sociales prévues par la loi ou par des accords sectoriels	Prestations sociales plus de 2 éléments parmi : Retraite, Invalidité, Personnes à charge, Prestations de survivant, Assurance médicale, Assurance dentaire, Assurance paramédicale y compris médecine préventive, Assurance médicaments, Assurance salaire, Congé de maternité et de paternité payé, Congé	Prestations sociales, 2 éléments parmi : Retraite, Invalidité, Personnes à charge, Prestations de survivant, Assurance médicale, Assurance dentaire, Assurance paramédicale y compris médecine préventive, Assurance médicaments, Assurance salaire,	Exigence de base des prestations sociales / sécurité sociale non remplies, ou travailleurs sans contrat de travail

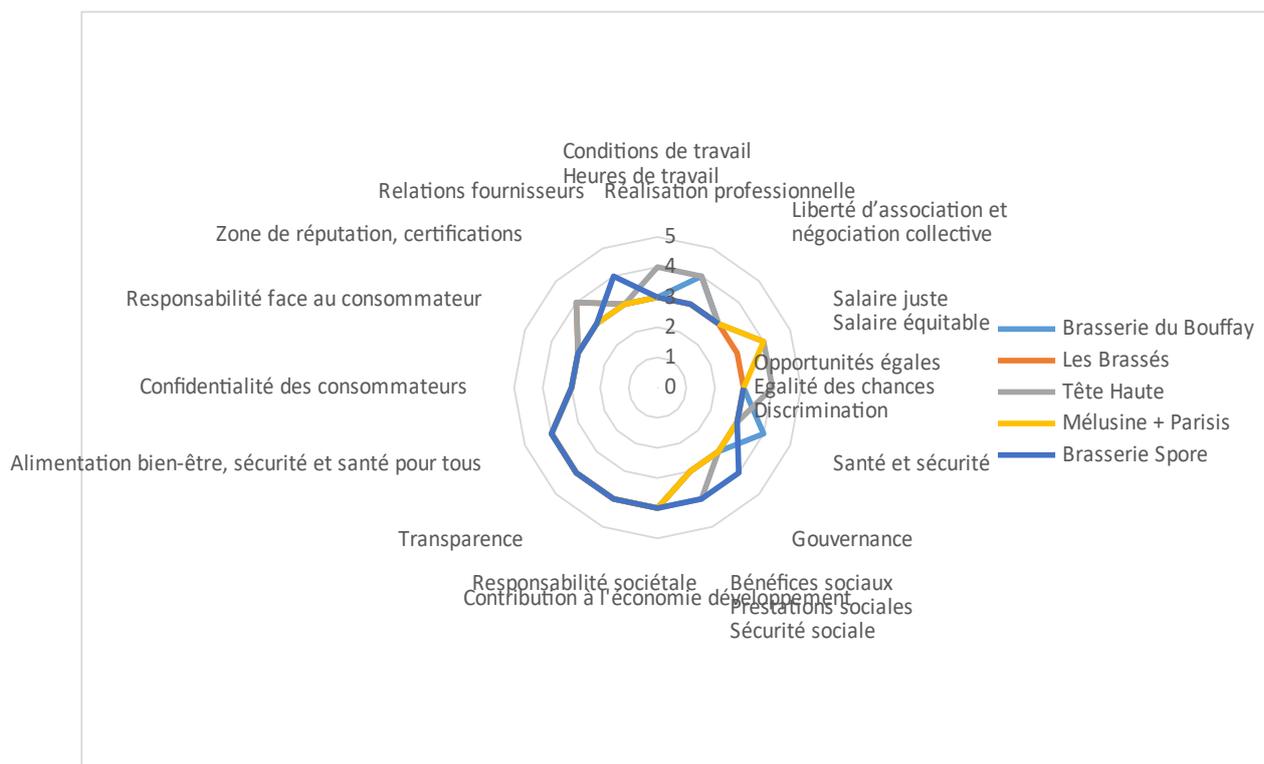
	Société	Contribution à l'économie développement	Impact estimé sur l'emploi Contribution estimée à l'économie nationale: commerce d'exportation; Incitation fiscale; Contributions fiscales / Taxes
		Responsabilité sociétale	Responsabilité en fin de vie des produits
Marketing Vente	Consommateurs	Transparence	Informations bien définies et claires Disponibilité des informations sur l'entreprise et les fournisseurs
		Alimentation bien-être, sécurité et santé pour tous	Qualité des produits
		Confidentialité des consommateurs	Politique de confidentialité
		Responsabilité face au consommateur	Mécanisme de rétroaction Service client
	Acteurs de la communauté	Zone de réputation	Certification de la qualité de la bière Présence de certificats d'origine de qualité pour les produits locaux
	Acteurs de la communauté	Relations fournisseurs	Paiement à temps Cours de formation pour les détaillants

maladie payé, Éducation et formation	Congé de maternité et de paternité payé, Congé maladie payé, Éducation et formation	
Nombre d'employés Taux d'export Taux de distribution dans la région administrative Contributions fiscales	Nombre d'employés Taux d'export Taux de distribution dans la région administrative Contributions fiscales	Nombre d'employés Taux d'export Taux de distribution dans la région administrative Contributions fiscales
Il existe des systèmes de gestion internes qui fournissent des informations claires aux consommateurs sur les options de fin de vie	L'organisation ne satisfait pas à l'exigence de base; mais le produit en fin de vie peut être considéré comme recyclé par la collecte sélective municipale	L'organisation ne satisfait pas à l'exigence de base ; et le produit en fin de vie n'est pas recyclé par la collecte sélective municipale. Par exemple: piles
L'organisation a un rapport qui communique la responsabilité sociale	L'organisation ne répond pas à l'exigence de base, mais elle a des moyens de montrer ses technologies grand public, ses bonnes pratiques et sa conduite de gestion. Par exemple: via des événements ou des informations sur le site Web	L'organisation n'a pas de rapport qui communique la responsabilité sociale ni les moyens de montrer à leurs consommateurs les technologies, les bonnes pratiques et la conduite de gestion
Respect de la législation nationale concernant les normes de santé et de sécurité des produits de consommation	La brasserie ne répond pas à l'exigence de base, mais n'a pas de cas avérés qui violent la santé et la sécurité des consommateurs	Présence de cas avérés qui violent la santé et la sécurité des consommateurs
Existence d'une politique de confidentialité	Pas de politique de confidentialité	Pas de politique de confidentialité Pays de résidence de la brasserie considéré à risque (score de classement international sur la confidentialité [3.1; 5])
Existence d'un mécanisme de rétroaction et de satisfaction des clients. Existence des pratiques suivantes: boîte à suggestions sur le service d'assistance, enquêtes de satisfaction client, service de réclamation et / ou section sur le site	Pas d'enregistrement des plaintes consommateurs et l'absence de mécanisme de rétroaction	Absence de mécanisme de rétroaction
Nombre et type de vérifications / labellisation Taux d'approvisionnement local	Nombre et type de vérifications / labellisation Taux d'approvisionnement local	Nombre et type de vérifications / labellisation Taux d'approvisionnement local
Respect des contrats fournisseurs Accompagnement/formation des détaillants	Respect des contrats fournisseurs	Non-respect des contrat fournisseurs

4.

## 5. Résultats

5.1. Synthèse des résultats de performance des brasseries impliquées dans l'étude  
 La figure 1 montre les résultats de performance d'analyse de cycle de vie sociale obtenus par les brasseries impliquées dans l'étude. Toutes obtiennent dans le pire cas un score correspondant aux exigences réglementaires de base en vigueur, et certaines ont adopté des pratiques volontaristes d'amélioration de la performance sociale de leur activité, lorsqu'une note de 4 est atteinte pour un critère donné.



**Figure 1. Graphique illustrant les résultats de performance des brasseries impliquées dans l'étude**

**Légende :**  
 4 correspond au A Niveau A (comportement volontariste du Tableau 1)  
 3 correspond au Niveau B (exigence de base du Tableau 1)  
 2 correspond au Niveau C (ajustements à réaliser pour conformation réglementaire)  
 1 correspond au Niveau D (non-respect exigences réglementaires)

5.2. Description des pratiques volontaristes développées par les brasseries impliquées dans l'étude

5.2.1. Le modèle coopératif de la brasserie Spore

La coopérative Spore est née de la volonté de créer une production artisanale de bières en intégrant un modèle économique éthique et ouvert. S'inspirant de brasseries artisanales et de coopératives étrangères, l'objectif est de créer un réseau d'intérêts sociaux et économiques plus large. L'intention est d'inclure les consommateurs dans la vie de la coopérative en leur proposant le sociétariat, offrant un droit de vote aux assemblées générales et leur permettant de contribuer à une économie locale et solidaire. Le statut juridique de Spore est une SCIC, Société Coopérative d'Intérêt Collectif, qui implique que leur capital est ouvert à quiconque souhaite participer au projet. Le sociétaire a ainsi le

droit de participer et de voter aux Assemblées Générales selon la règle coopérative 1 personne = 1 voix.

Lors des Assemblées Générales, les coopérateurs votent pour approuver les comptes, agréer les entrées des nouveaux coopérateurs, élire le Comité de Spore, définir la répartition des bénéfices et toutes autres questions définies à l'ordre du jour. Cependant les votes sont pondérés selon les collèges de vote pour limiter les risques. Ainsi, le collège des coopérateurs-fondateurs (40%) et celui des coopérateurs-salariés (30%) ont plus de poids que ceux des coopérateurs-partenaires et coopérateurs-bénéficiaires (15 % chacun). La part sociale de la Brasserie Coopérative Spore est de 100€, il en suffit d'une seule pour devenir sociétaire. Le nombre de part à acquérir est libre. Pour toute demande de sociétariat, un examen est réalisé par le comité et validé par l'Assemblée Générale, donc soumise au vote le plus proche. Le sociétaire a la possibilité de quitter la Coopérative quand il le souhaite. Cependant, le remboursement des parts sociales ne peut se faire avant un délai de 5 ans après la création de la coopérative car la démission d'un coopérateur ne doit pas mettre en danger la société. Il faudrait sinon attendre de nouvelles souscriptions afin de pouvoir rembourser le coopérateur démissionnaire.

Sont ainsi mis en avant les intérêts suivants pour les sociétaires :

- La copropriété d'une brasserie artisanale indépendante, créative et socialement engagée,
- Le sociétariat d'une entreprise où les décisions importantes sont prises en commun,
- Le soutien d'une économie locale et des valeurs de biens communs,
- L'accès privilégié à des événements, des brassins publics,
- Des réductions spéciales à la *taproom*,
- La participation à un projet collectif.

#### 5.2.2. La fusion des brasseries Parisis et Mélusine

La création des Bières de l'Yvette remonte à 2008. L'histoire de la Parisis débute en 2008 lors de la création d'une bière qui est aujourd'hui la « mère » de la Parisis : la bière de l'Yvette est commercialisée alors exclusivement dans la région de l'Yvette. En 2010, le projet a pour ambition de créer une bière de qualité pour la Région Paris, brassée en Île-de-France. L'installation de l'outil de production a lieu en 2012. Après plus de 2 ans de travail, les moyens et l'emplacement sont trouvés, la bière sera fabriquée à Epinay-sous-Senart, et d'avril à août 2012 des efforts sont engagés pour rénover le bâtiment, installer et mettre en route la ligne de production. Après des mois d'efforts jalonnés d'imprévus, la première bière est brassée le 8 août 2012. Puis en 2017, la brasserie grandit pour répondre à la demande croissante de bières Parisis. La brasserie investit dans un nouvel équipement production dont le dimensionnement correspond mieux aux volumes qui sont dorénavant produits en commercialisés.

Située dans le bocage Vendéen, la brasserie Mélusine est née en 2001, elle fabrique exclusivement des produits artisanaux et 100% naturels. Reprise en 2005 elle prend un nouvel élan en s'orientant vers le marché de la restauration, puis en 2009 après un investissement important dans l'outil de fabrication et de conditionnement elle reprend la brasserie du Canardou et se met à produire une gamme complète de bières biologiques. La brasserie Mélusine est indépendante et familiale, elle s'attache à conserver l'authenticité de ses produits. Nous sommes extrêmement attentifs à la qualité des ingrédients que nous sélectionnons. Aucune concession n'est faite quant à la composition des bières, ni extraits, ni additifs, ni colorants, tous nos produits et nos process de fabrication sont 100% naturels. Nous brassons plus d'une quinzaine de recettes et explorons différents styles, allant de la « Love and Flowers » bière de blé aux pétales de rose, à la « Puy d'Enfer » bière triple à 8.5° en passant

par la « Hellfest » India Pale Ale à 6.66° et autres bières éphémères, une gamme biologique et une gamme conventionnelle en bouteilles et en fûts.

Dans un communiqué de presse daté du 28 juillet 2020 les Brasseries Mélusine et Parisis annonçaient le nom de leur nouvelle alliance, NewBeers. Créée il y a donc plus de 12 ans, la Brasserie Parisis souhaitait trouver un partenaire pour accompagner son développement et donner un nouvel élan à leur activité. Forts d'un volume de production de 4 000 hl en 2019, les trois associés se sont tournés vers la Brasserie Mélusine, en Pays-de-la-Loire. Ces brasseries s'unissent, tout en restant indépendantes ; une valeur importante, qui a fait de chacune d'elles ce qu'elles sont aujourd'hui. Pour se structurer et poursuivre leur croissance, les brasseries prévoient de construire très prochainement un nouveau site de production dans le 91, qui permettra d'augmenter les capacités de production et de lancer de nouveaux projets. Pour autant, les deux brasseries garderont chacune leur identité, tant au niveau humain, qu'en terme de production (recettes, outils de production...). Il en sera de même pour leur structure, leur stratégie, leur portefeuille de clients et leur autonomie. Elles mettront cependant en commun leur force de vente. En effet, sous une entité commune, les commerciaux des deux brasseries développeront leur activité, tout en utilisant la force de leur réseau et leur ancrage local. La coopération entre Mélusine et Parisis est basée sur une amitié de longue date, une vision similaire de la brasserie, des valeurs humaines et professionnelles communes, ainsi qu'un attachement profond à leur indépendance.

#### 5.2.3. Les circuits de distribution locaux de la Brasserie du Bouffay

La Brasserie du Bouffay fabrique des bières artisanales en région nantaise depuis 1998. Fondée par deux passionnés de bières, la Brasserie s'implante d'abord au lieu-dit « Le Bouffay » à La Chapelle sur Erdre et commence à se faire connaître dans la région. Ses bières sont médaillées à plusieurs reprises, reconnaissant et valorisant ainsi le travail effectué pour produire des bières de qualité. Pour poursuivre son développement, la brasserie déménage en 2000 aux Monceaux dans les anciennes forges à Carquefou (44). Depuis, la Brasserie continue de se développer tout en conservant l'aspect artisanal de la fabrication et la proximité avec ses clients. Désireuse de s'inscrire dans une économie locale, la brasserie a pour objectif de proposer de la bière de qualité à un prix accessible en s'insérant dans une véritable démarche locale. La production a donc été relocalisée, les acteurs de la brasserie participent activement aux activités d'orge local (Orge bio du Bouffay). Aujourd'hui, la Brasserie du Bouffay vend 80% de sa production dans un rayon de 80km.

#### 5.2.4. La mission d'insertion de la brasserie Tête Haute

Les racines Tête haute s'ancrent dans la terre, dans le plaisir des vendanges en famille, l'odeur de la cave, et les raisins qui croquent sous la dent. L'histoire de la bière Tête Haute débute dans la cuisine familiale avec l'objectif de brasser des bières de caractère. Le brassage devient rapidement une passion. Afin de construire une première pico-brasserie, le premier outil permettant de brasser 70 L de bière est mis au point. Différentes recettes sont testées avec patience et détermination. Ensuite, la première brasserie s'installe dans une ancienne cave à Oudon sur les bords de Loire. Les bières sont testées auprès de cercles de proches, puis corrigées en fonction des appréciations. Après 4 années de maturation, les deux frères associés effectuent différents stages au sein de brasseries artisanales afin de se former et monter en compétence. Très vite, l'idée d'engendrer un véritable impact social à travers brassicole s'installe et le moyen qui s'impose est celui de la création de la première brasserie artisanale d'insertion. Le brassage est alors vu comme un vecteur de lien social et un support adapté à l'insertion par l'activité économique. D'abord au sein de l'incubateur des Ecosolies (structure Nantaise, phare de l'Economie Sociale et Solidaire), le projet prend forme. Le nom de la brasserie est trouvé en référence au projet social, au houblon qui pousse à 7 m de haut et à aux bières de fermentation haute. Issus d'un territoire et d'un passé vigneron, les fondateurs

estiment naturel de se tourner également vers la culture de houblon. La première parcelle est plantée au printemps 2018. En juin 2018, l'entreprise Tête Haute voit le jour. Un local est trouvé pour accueillir les cuves et la brasserie s'installe sur la commune de Couffé. La première récolte de houblon effectuée, le premier salarié d'une longue série d'accompagnements est accueilli au sein de la brasserie.

5.2.5. L'agilité du dispositif d'urgence « Le brassin solidaire » initié par les Brassés

En juillet 2020, une bière solidaire a été proposée à l'initiative de plusieurs acteurs locaux de la brasserie pour soutenir les acteurs de la filière CHR bretonne. Brasseurs, malteurs, houblonniers et acteurs de la filière, se sont réunis pour créer ensemble une bière de soutien pour les professionnels de la filière café, hôtel et restaurant, fragilisés par la crise du COVID-19. 18 brasseries bretonnes, de taille différente se retrouvent au sein de ce projet de solidarité et d'entraide. Une recette commune a été élaborée collectivement pour produire 16 200 bouteilles et 100 fûts. Bien conscients des difficultés que rencontrent leurs habituels clients, ils se sont tous mis d'accord pour porter l'effort, et s'engagent à commercialiser leur bière solidaire à prix coutant. Cette bière, portant le nom de « Brassin Solidaire », est exclusivement proposée aux bars et restaurants. Une bière produite localement pour une filière durable et saine La bière « Brassin Solidaire » est brassée localement, par des brasseries soucieuses de respecter la force ouvrière, le travail des agriculteurs, des malteurs et des houblonniers. Elle est locale à la fois dans le choix des matières premières avec l'utilisation des malts bio de Yec'hed Malt installé à Saint-Avé, mais également dans le design de l'étiquette par l'intermédiaire de l'agence de communication vannetaise Com d'Happy. Le brasseur privilégie, selon les disponibilités, les houblons de l'ouest. Il s'agit d'une initiative qui se revendique de commerce équitable brassicole en Bretagne. Les valeurs promues sont celles de la consommation locale, d'une démarche solidaire. Elle propose aux consommateurs, installés à la terrasse d'un bar ou attablés dans un restaurant, de réaliser un acte militant en commandant une bière. Cette démarche du « Brassin Solidaire » souhaite apporter la preuve qu'il est possible de consommer durablement, dans le respect des acteurs de toute une filière.

Participants à ce projet d'entraide :

- Ille et Vilaine : Brasserie de la Paumell\* (Val-Couesnon), Brasserie du Vieux Singe\* (Saint-Jacques de la lande), Brasserie Oblique (Maxent)
- Loire Atlantique : Brasserie BACA\* (Batz sur Mer), Brasserie Bouyer\* (Saint-Nazaire), Brasserie Veracruz (Saint-Nazaire), La Turbulente (La Turballe), Les Brassées\* (Nantes), Le Champs du Houblon (Bourgneuf-En-Retz)
- Morbihan : A l'Air Houblonnée (Allaire), Basserie La Dilettante \* (Saint-Nolff), Brasserie de l'Estran (Local-Mendon), Brasserie de Rhuys (Surzur), Brasserie des amis \* (Bignan), Brasserie Kerpiton \* (Loyat), Brasserie L'Ane Brasseur (Saint-Aignan), Brasserie La CasuAle (Raffiac), Brasserie MorBraz (Theix), Le Grain du Ponant \* (Guidel), Microbrasserie Barque! \* (Malestroit), Yec'Hed Malt (Saint-Avé) \*

De plus, la diversification d'activités du modèle adopté par les Brassés semble avoir permis une pérennité aux activités de la brasserie. En effet, l'activité de restauration permet d'assurer les revenus liés à 150 à 200 couverts par jours, d'autant que la brasserie est située dans une zone de bureaux et témoigne d'une forte activité le midi. Le fait de distribuer directement la bière fabriquée sur place sous pression au bar permet de s'affranchir des coûts d'emballage et de transport d'une part, et d'autre part de mieux maîtriser la marge dégagée de la vente de la bière.

## 6. Discussion

### 6.1. Intérêt méthodologique de l'ACV sociale

Ces résultats permettent de comprendre la diversité des stratégies de réussite des microbrasseries. La grille d'évaluation permet de visualiser rapidement quels sont les efforts volontaristes qu'effectuent les brasseurs pour améliorer leur performance sociale. Pour autant, elle permet difficilement une comparaison avec des modèles industriels par exemple, dans la mesure où tous les acteurs se conformeront au moins aux exigences réglementaires de base et qu'il sera difficile d'identifier les pratiques les plus vertueuses.

Pour autant, l'outil permet d'accroître les connaissances de tous les acteurs de la chaîne de valeur, y compris le consommateur. Les comportements et pratiques des brasseurs et notamment des brasseurs artisanaux peuvent davantage être mise en confrontation avec les attentes des parties prenantes, pour concevoir la chaîne de valeur la plus socialement performante, donc possiblement compétitive et assurant la pérennité des activités, largement acceptées sur le territoire.

En effet, comme les acheteurs ne parviennent pas à distinguer les attributs durables de bières promues sous différents labels, et que par ailleurs il est difficile de quantifier l'amélioration des impacts environnemental et social en fonction des différentes décisions qui peuvent être prises par les acteurs, le développement et la validation de systèmes d'évaluation de la performance durabilité des chaînes de production-distribution alimentaires permettent d'éclairer l'ensemble des parties prenantes. De telles méthodes rendent lisibles et compréhensibles la représentation des attributs de durabilité d'un produit alimentaire tel qu'une boisson alcoolisée comme la bière, en créant plus de connaissance que dans le cas d'un seul indicateur isolé tel que l'empreinte carbone, et de manière plus pertinente ou à tout le moins plus éclairée qu'avec le recours aux labels. De plus, ces méthodes mettent en évidence les pratiques les plus vertueuses et les exemples à suivre de scénarios performants, pour tacler les enjeux sociétaux.

Afin de contribuer à promouvoir le développement et l'utilisation pratique de l'ASCV, nous avons proposé une étude de cas dans le secteur brassicole, qui a non seulement permis de traiter de notre question de recherche, à savoir mettre en évidence les conditions de bonne performance de durabilité des brasseries artisanales, mais aussi d'un point de vue méthodologique, de définir une liste d'indicateurs sociaux définis pour ce secteur, à consolider les sources de données existantes pour coconstruire les bonnes pratiques en ASCV pour les chaînes de valeur agroalimentaires.

### 6.2. Comparaison avec l'exemple de la filière vitivinicole

Afin de remplir les ambitions affichées de l'approche Triple Bottom Line (TBL) en matière de durabilité, la filière vitivinicole avait également à mieux explorer ses impacts sociaux. L'ensemble de ses acteurs avait donc été conduit à mener des projets d'amélioration de la qualité globale de leurs produits et de leurs processus, et cette qualité globale se traduit souvent par l'adoption de pratiques plus durables. Par ailleurs l'orientation du comportement des consommateurs vers une offre de vins plus « verte » s'est accentuée, et les gros points de distribution au Royaume-Uni et aux États-Unis indique une appétence croissante des consommateurs pour des vins dont l'étiquette déclare le niveau d'émissions de CO<sub>2</sub> associé au cycle de vie du produit.

Par exemple, la méthodologie SWSS est un système de notation durable des vins (Valero et al. 2019). Il s'agit d'un indice numérique unique caractérisant les attributs de durabilité d'une bouteille de vin, constitué de plusieurs indicateurs normalisés. L'approche initiale des auteurs consiste à quantifier différentes catégories d'impacts environnementaux grâce à une analyse de cycle de vie (ACV), puis de normaliser et pondérer les résultats par rapport à une région de référence. Différents cas d'étude de systèmes de production-distribution ont été comparés à un cas conventionnel, tels que les « Craft Wineries » dans l'Indiana aux USA, en tant que zone de vinification non traditionnelle. Il ressort des

analyses d'impact que, conformément aux ACVs agroalimentaires qui incriminent souvent les pratiques agricoles, c'est la viticulture qui est le processus le plus contributeur aux catégories d'impact écotoxicité, non cancérigène et eutrophisation. Toutefois, les étapes de transport contribuent le plus fortement au potentiel de réchauffement climatique, au smog et à l'appauvrissement de la couche d'ozone.

Toujours dans le contexte de la production vitivinicole, un autre projet a analysé les outils d'évaluation de la durabilité sociale disponibles pour les entreprises qui doivent ou souhaitent tenir compte de leurs impacts sociaux (Martucci et al. 2019). Pour cela, en se basant sur l'intégration d'indicateurs de territoire initiés par un projet de vin durable, une analyse sociale du cycle de vie a été menée pour le secteur du vin. La méthodologie d'ASCV avait pour objectif de pouvoir analyser les différences et les similitudes de performance entre les deux ensembles d'indicateurs pour l'évaluation des aspects sociaux liés à ce secteur. Elle permet de prendre en compte l'ensemble de la chaîne de valeur et ses processus, depuis les phases de production primaire jusqu'à la mise en marché et la distribution. La mise en œuvre de l'instrument de SLCA et ses possibilités de développement pour élargir les analyses le scope des impacts socio-économiques du secteur des boissons alcoolisées sont discutées.

## 7. Conclusion

Le réchauffement climatique et l'épuisement des ressources sont actuellement deux sujet d'actualité majeurs à l'agenda politique international et académique (Bettencourt and Kaur 2011). L'industrie agroalimentaire et plus spécifiquement celle des boissons alcoolisées est, comme toute autre, aujourd'hui confrontée à des facteurs de décision externes.

Or ces deux dernières décennies, la brasserie, autrefois omniprésente dans la ville et l'espace rural, a beaucoup évolué pour redessiner une cartographie étoilée. La concurrence s'est donc intensifiée dans, et les gérants de microbrasseries doivent diversifier leur stratégie pour maintenir leur position sur le marché. Une partie de la concurrence est dorénavant représentée par des entreprises qui peuvent se pérenniser avec des niveaux de profit modérés mais qui ont dû développer des stratégies de réussite propres. Cette étude contribue à une évaluation plus éclairée des impacts locaux dans un marché concurrentiel « sous pression ». À travers cinq brasseries artisanales en France, cet article a examiné les facteurs qui sous-tendent leur performance et leur pérennité, en particulier au prisme de la contribution que ces nouvelles entreprises apportent au développement local et régional.

En appliquant un concept tels que l'ACV sociale, il est constaté que les brasseurs artisanaux suivent une variété de modèles commerciaux et alors que la plupart produisent de petits volumes. Certains ont une interdépendance à leur territoire qui se manifeste par une forme d'attachement au lieu, une volonté de favoriser le développement local et régional et, éventuellement, de créer des bières à partir d'ingrédients locaux en circuits-courts. Les preuves tirées de l'étude de cas rapportée dans cet article suggèrent que les brasseries artisanales locales jouent un rôle positif en créant un capital social, symbolique et financier dans leurs villes et régions d'appartenance.

## 8. References

- Audebrand, L. K., & Barros, M. (2018). All equal in death? Fighting inequality in the contemporary funeral industry. *Organization Studies*, 39(9), 1323-1343.
- Benedetto G, Corinto GL, Rugani B, et al (2013) The evolution of Life Cycle Assessment (LCA): some guidelines for future research in the wine sector. In: *Proceedings of the L Annual Meeting of*

- SIDEA, Lecce. pp 26–28
- Benoit-Norris C, Cavan DA, Norris G (2012) Identifying Social Impacts in Product Supply Chains: Overview and Application of the Social Hotspot Database. *Sustainability* 4:1946–1965. doi: 10.3390/su4091946
- Benoît C (2010) Guidelines for social life cycle assessment of products. UNEP/Earthprint
- Bettencourt LMA, Kaur J (2011) Evolution and structure of sustainability science. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 108:19540–19545
- Bouchard, M. J., & Rousselière, D. (2016). Do hybrid organizational forms of the social economy have a greater chance of surviving? *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27(4), 1894-1922.
- Carroll, G. R., & Swaminathan, A. (2000). Why the microbrewery movement? Organizational dynamics of resource partitioning in the US brewing industry. *American journal of sociology*, 106(3), 715-762.
- Crane A, Matten D, Moon J (2008) *Corporations and citizenship*. Cambridge University Press,
- D'Eusanio M, Lehmann A, Finkbeiner M, Petti L (2020) Social Organizational Life Cycle Assessment: an approach for identification of relevant subcategories for wine production in Italy. *INTERNATIONAL JOURNAL OF LIFE CYCLE ASSESSMENT*
- D'Eusanio M, Lehmann A, Zamagni A, et al (2018) How experiences and existing data of companies can be used to define the Goal and Scope in a Social Organisational Life Cycle Assessment (SO-LCA). *Social LCA* 208
- D'Eusanio M, Zamagni A, Petti L (2019) Social sustainability and supply chain management: Methods and tools. *Journal of Cleaner Production* 235:178–189
- Donadini G, Porretta S (2017) Uncovering patterns of consumers' interest for beer: A case study with craft beers. *Food research international* 91:183–198
- Draucker L (2013) GHG Protocol: moving corporate accounting beyond GHGs. Abstr B SETAC North Am 34th Annu Meet Nashville, USA
- Ekener-Petersen E, Höglund J, Finnveden G (2014) Screening potential social impacts of fossil fuels and biofuels for vehicles. *Energy Policy* 73:416–426
- Elifneh YW (2017) Adoption of corporate social responsibility in least developed countries-comparative case studies research in the Ethiopian brewery sector. Tilburg University, School of Economics and Management
- Ellis V, Bosworth G (2015) Supporting rural entrepreneurship in the UK microbrewery sector. *British Food Journal*
- Fallahpour A, Olugu EU, Musa SN, et al (2017) A decision support model for sustainable supplier selection in sustainable supply chain management. *Computers & Industrial Engineering* 105:391–410
- Feschet P (2014) Analyse de Cycle de Vie Sociale. Pour un nouveau cadre conceptuel et théorique
- Garrido SR, Beaulieu L, do Carmo BBT (2018) The Social Value of Products: What can it be and can it enrich Social life cycle assessment? *Social LCA* 43
- Garriga E, Melé D (2004) Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics* 53:51–71
- Godson MSJ (2018) Value impact of social media: a perspective from the independent brewery sector
- Gómez-Corona C, Escalona-Buendía HB, García M, et al (2016) Craft vs. industrial: Habits, attitudes and motivations towards beer consumption in Mexico. *Appetite* 96:358–367
- Grießhammer R, Benoît C, Dreyer LC, et al (2006) Feasibility study: integration of social aspects into LCA
- Jørgensen A (2013) Social LCA—a way ahead?
- Karlewski H, Lehmann A, Ruhland K, Finkbeiner M (2019) A Practical Approach for Social Life Cycle Assessment in the Automotive Industry. *Resources* 8:146
- Knowles T, Egan D (2002) The changing structure of UK brewing and pub retailing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 14:65–71
- Macombe C, Loeillet D (2014) Social LCA in progress: 4th SocSem. In: 4th International seminar in

social LCA. CIRAD, p 207

- Martucci O, Arcese G, Montauti C, Acampora A (2019) Social Aspects in the Wine Sector: Comparison between Social Life Cycle Assessment and VIVA Sustainable Wine Project Indicators. *Resources* 8:69
- McWilliams A, Siegel DS, Wright PM (2006) Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of management studies* 43:1–18
- Mentzer JT, DeWitt W, Keebler JS, et al (2001) Defining supply chain management. *Journal of Business logistics* 22:1–25
- Michaud, M., & Audebrand, L. K. (2019). Inside out, outside in: “supporting members” in multi-stakeholder cooperatives. *Management Decision (first online)*
- Musson, A., & Rousselière, D. (2020). Exploring the effect of crisis on cooperatives. *Applied Economics*, (First Online)
- Parent J, Cucuzzella C, Revéret J-P (2010) Impact assessment in SLCA: sorting the sLCIA methods according to their outcomes. *The international journal of life cycle assessment* 15:164–171
- Petit G., Korbelt E., Jury V., Aider M., Rousselière S., Audebrand L., Turgeon S., Mikaylin S. (2020) Multicriteria evaluation of new brewer's spent grain valuation pathways in human nutrition, *Food Research International* (Under Review)
- Pike A (2006) “Shareholder value” versus the regions: the closure of the Vaux Brewery in Sunderland. *Journal of economic geography* 6:201–222
- Seuring S, Müller M (2008) From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of cleaner production* 16:1699–1710
- Small, M. L. (2011). How to conduct a mixed methods study: Recent trends in a rapidly growing literature. *Annual review of sociology*, 37, 57-86
- Smoluk-Sikorska J, Kalinowski S (2011) The economic significance of the brewing sector in the European Union. *Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia* 10:117–129
- Valero AE, Howarter JA, Sutherland JW (2019) Sustainable Wine Scoring System (SWSS): A life cycle assessment (LCA) multivariable approach. In: *BIO Web of Conferences*. EDP Sciences, p 3016