



Les trois fondateurs de la brasserie artisanale : De gauche à droite; Martin Robichaud, Jan-Philippe Barbeau et Guillaume Gouin, assis sur leur nouvelles cuves achetées au Missouri.

La Voix - Édition du 4 août 2007

Pour goûter autre chose!

Vincent Guilbault

Vous ne connaissez sûrement pas encore la bière Mackroken Flower, une scotch ale forte à 10% d'alcool et au corps épais. Il s'agit en fait d'une bière brassée par Jan-Philippe Barbeau, l'un des trois fondateurs de la brasserie Loup-rouge, qui devrait ouvrir ses portes en automne, sur la rue du Roi à Sorel. Sa bière a gagné plusieurs prix au Québec, dont la médaille d'or dans la catégorie scotch ales donnée par la Canadian amateur brewing association en mars 2004, la première place au 4e de 1000 au bièreofolie en août 2004 et la médaille d'argent, prix du public, au mondial de la bière en juin 2006. Et elle sera présente lors de l'ouverture du commerce, probablement accompagnée de quatre autres bières artisanales, brassées sur place.



Une brasserie artisanale coopérative dans la région.

Le Loup-Rouge, en référence au patriote Wolfred Nelson, c'est le projet de trois gars amoureux de la bière : Jan-Philippe Barbeau, Martin Robichaud et Guillaume Gouin. L'idée a commencé à germer dans l'esprit de Jan-Philippe alors qu'il était un client du Bilboquet, une brasserie artisanale de St-Hyacinthe. Il est par la suite devenu brasseur à cette brasserie, et l'idée a commencé à faire son chemin : "Tous les brasseurs veulent ouvrir leur brasserie" a dit Jan-Philippe avec humour en entretien avec La Voix. "J'ai réalisé quelques projets, je me suis amusé beaucoup. Puis j'ai gagné un prix avec une de mes bières. Puis il y a deux ans et demi, l'idée de la coopérative est venue. C'est à ce moment que Martin est embarqué dans le projet et que nous avons commencé à être suivi par le CLD. Nous sommes tombés par personne interposés avec Guillaume, un natif de la région, un gars qui savait où il s'en allait, qui avait une bonne connaissance des arts".

Pourquoi une coopérative? "Pour le côté social" ont répondu Jan-Philippe et Martin. "La coopérative est plus centrée sur ses travailleurs. Un employé devient un associé. On veut qu'ils connaissent les produits, les procédés. Ça apporte une autre dimension, les employés étant plus impliqués. Un membre égale un vote".

Un autre bar dans la région

"Nous n'allons pas aller chercher la clientèle ou le personnel des autres commerces de la région", ont laissé savoir les associés. "On veut que ce soit portes ouvertes avec les autres commerces. Nous sommes un brewpub, c'est-à-dire qu'on brasse notre propre bière, mais nous ne l'emouteillons pas et nous n'avons pas de restaurant non plus. La plus proche brasserie artisanale est à Longueuil ou à St-Hyacinthe. On veut aller chercher une clientèle d'ailleurs. Ce sont des parts de marché inexistantes. On ne coupera pas l'herbe sous le pied à personne. On va quand même tenter de créer des liens avec les autres, comme avec le 6e continent".

Pour le reste, la formule semble vouloir se différencier de ce que l'on offre déjà dans la région. "Il va y avoir des shows gratuits, mais pas des gros shows, ce qui est déjà présent ici. Il va y avoir des conférences, sur la bière, mais aussi sur des thèmes politiques, historiques et sociaux". D'ailleurs, informer les gens sur les procédés, sur la façon de faire la bière fait partie du mandat des ses brasseurs. Par exemple, selon eux, nommer et classer les bières selon leur couleur est une habitude québécoise popularisée par la bière Boréale qui n'est pas la meilleure façon de classer les bières. Deux bières rousses ou blondes peuvent avoir un goût totalement différent. Il vaut mieux parler de type, comme boire une ale, une lager ou une bière à fermentation spontanée. Puis on divise en catégorie, comme la scotch ale dans le cas de la Mackroken Flower "Il y aura aussi des projections de films amateurs ou des documentaires, pour rester dans le créneau social" ont dit Jan-Philippe et Martin, en appuyant sur l'aspect discussion qu'ils veulent amener dans leur brewpub. Le développement durable fait aussi partie de ces valeurs sociales prônées : "Nos cuves et la plupart du mobilier proviennent de matériaux revalorisés. Faire de la bière n'est pas écologique soi, puisqu'on utilise beaucoup d'eau, mais nous compensons par l'utilisation de produits biologiques dans le nettoyage de nos cuves".

Partir à la découverte de nouvelles saveurs.

Le but avouer de la brasserie n'est pas de donner aux clients ce qu'ils veulent, mais bien de le faire découvrir de nouvelles choses. "Il y aura environ cinq bières de disponibles à l'ouverture et il n'est pas nécessaire que les gens aiment les cinq. Mais notre bière sera goûteuse, même si c'est plus facile de vendre de l'eau que de faire découvrir de la bonne bière", ont dit les gars en parlant de la bière de macrobrasserie vendue en épicerie. "Même des personnes qui n'aiment pas la bière apprennent à développer leur goût avec de la bonne bière.

Questionnés sur leur choix de prendre le patriote Wolfred Nelson comme image de marque, les trois brasseurs donnent plusieurs raisons : "C'était un grand patriote, peu connu. Pour les Anglais, c'était un traître, pour les Francophones, c'était un Anglais. Mais on l'a choisi pour son implication sociale, le fait qu'il était un chirurgien près du peuple. Et il était néo-sorelois, comme nous (en parlant de Jan-Philippe et de Martin). Lorsqu'on a su que son surnom était français, le

Loup-Rouge, nous l'avons adopté".

Petite leçon de fabrication

Pour fabriquer de la bière, il faut principalement beaucoup d'eau de qualité, du malt (souvent de l'orge, sinon du blé), du houblon pour l'amertume (quelquefois du chanvre), de la levure et différents assaisonnements, épices.

La bière est créée dans d'immenses cuves et bouilloires en cinq étapes : le maltage, pour transformer l'amidon en sucre et ainsi obtenir l'alcool lors de la fermentation. Il y a ensuite l'étape de la saccharification, où les enzymes sont activés par la dilution des sucres du malt par l'eau chaude. En résumé, on se retrouve avec le moût, une petite bière. On porte ensuite à ébullition en incorporant à cette troisième étape le houblon et les épices. Vient ensuite la fermentation par l'ajout de levure, ce qui produit l'alcool. On termine avec le conditionnement, dans l'équivalent d'un énorme baril, la bière étant filtrée ou pas, selon le goût. Elle peut ensuite être enfûtée. Cette opération, selon Jan-Philippe, peut prendre environ un mois. Pour leur commerce, l'équipement leur a coûté au-dessus de 60 000 dollars.