



***Dossier de presse***

***28 septembre 2022***

# SOMMAIRE & CONTACT PRESSE

---

- **Sommaire & contact presse** – Page 2
- **Communiqué de presse** – Pages 3-4
- **Dossier de Presse** – Pages 5 à 12
  - Brasseries de Bourbon en quelques dates clés - Page 5
  - Brasseries de Bourbon en quelques données clés – Pages 6-7
  - Nos marques – Page 8
  - La nouvelle salle à brasser de Brasseries de Bourbon – Pages 9-10
  - Les priorités de Brasseries de Bourbon pour l’avenir – Page 11
  - Visuels campagne de communication print 60 ans Brasseries de Bourbon - Pages 12-16
- **Annexe** : Visuels bouteilles 60 ans Dodo – Pages 17-18

## CONTACT PRESSE

- **Jonathan KEMMA** – 06 92 76 16 56 – [bdb60ans@gmail.com](mailto:bdb60ans@gmail.com)

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

### Brasseries de Bourbon : 60 ans d'ancrage local et de création de valeur pour le territoire

*Saint-Denis, le 28 septembre 2022, 13h00*

Dodo, Coca-Cola ou encore Tezi Tea, de nombreux Réunionnais connaissent ces marques de boissons, mais connaissent-ils l'entreprise qui fabrique localement tous les produits commercialisés sous ces marques ? Depuis 60 ans, Brasseries de Bourbon produit, importe et distribue une large variété de boissons alcoolisées et sans alcool sur le territoire pour satisfaire toutes les envies des consommateurs locaux : bières, boissons gazeuses, thés glacés, eaux, jus, boissons énergisantes, champagne - 22 marques, et plus de 200 références parmi lesquelles Bourbon, Heineken, Affligem, Dynamalt, Coca-Cola, Sprite, Orangina, Schweppes, Tezi Tea, Laurent Perrier, SanPellegrino,.... Plus de 80% des produits distribués par l'entreprise sont fabriqués localement et sont donc labellisés « Nou la Fé ».

Désormais acteur incontournable dans le paysage économique réunionnais, Brasseries de Bourbon débute son existence en 1962, en commercialisant la première bière 100% locale : c'est la Dodo, une bière imaginée et conçue par le premier maître brasseur de l'entreprise tout droit venu d'Allemagne : Gerhard AVANZINI. La bière Dodo a su évoluer avec son temps tout en restant proche des Réunionnais, ce qui fait d'elle toujours un succès auprès des consommateurs locaux.

Fort de ce premier succès, depuis 60 ans, Brasseries de Bourbon n'a cessé d'innover et de créer pour mieux répondre aux demandes des consommateurs et des clients, l'entreprise mettant sur le marché de nouvelles boissons inspirées des tendances de consommation observées dans d'autres pays (ex : les bières peu ou pas alcoolisées, les boissons moins sucrées ou sans sucres) ou de recherches locales. Sur ce dernier point, TEZI Tea, lancé en 2018, est une marque locale de boisson à base de thé créée par des Réunionnais pour les Réunionnais, 30% moins sucrée que la moyenne des boissons rafraîchissantes sans édulcorants.

Brasseries de Bourbon aime aussi surprendre les consommateurs avec des références innovantes, qui répondent à leurs attentes, en termes de saveurs et de formats. En 2022, Schweppes Pink Tonic - Tonic fruité élaboré à base de groseille – a été lancé, et 6 éditions limitées de Dodo dont une bière aromatisée sans alcool seront proposées aux Réunionnais au cours du 2<sup>ème</sup> semestre 2022 (voir en pages 17-18).

Avec soixante années de présence sur le territoire, Brasseries de Bourbon est indéniablement un créateur de valeur sur / pour le territoire. L'entreprise compte 230 emplois directs permanents (plus de 270

personnes en ETP), investit entre 310K€ et 340K€ chaque année dans la formation pour renforcer les compétences de ses collaborateurs et accueille des stagiaires et alternants dans ses équipes chaque année, contribuant ainsi à former les futurs salariés réunionnais (100 stagiaires et 11 apprentis ces 3 dernières années). Un emploi direct aux Brasseries de Bourbon génère 7 emplois indirects localement, sur toute la chaîne de valeur.

Dans cette même logique de participer au développement du territoire, Brasseries de Bourbon privilégie autant que possible les achats locaux. Ainsi, en 2021, 44% des achats de l'entreprise se sont faits auprès d'entreprises locales (sucre, carton, film plastique, services de communication, conseil, etc.) soit près de 30m€ de biens et services achetés auprès d'entreprises réunionnaises.

Fière de ses origines réunionnaises et de son passé, Brasseries de Bourbon est aussi résolument tournée vers l'avenir : pour ses 60 ans en 2022, elle inaugure une nouvelle salle à brasser d'un montant de 6,5 millions d'euros, financée par son actionnaire principal - le groupe HEINEKEN, entré au capital de l'entreprise en 1986 - et la Région Réunion via le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER).

Ce nouvel outil, en permettant plus d'ergonomie, réduit le travail manuel des opérateurs tout en renforçant leur sécurité sur le site de production. Grâce à l'informatisation et l'automatisation, les processus de production seront mieux maîtrisés pour assurer une qualité constante des produits. Et le stockage des matières premières (malt et riz) se fait désormais en silo pour leur meilleure conservation. Un nouveau filtre permet enfin une meilleure performance des opérations de brassage de bières.

Au total, ce sont presque 38 millions d'euros que le Groupe HEINEKEN prévoit d'investir à La Réunion sur la période 2023-2025. « Nous sommes très optimistes quant au potentiel du marché réunionnais. Les consommateurs plébiscitent nos produits. Et nous avons de nombreuses innovations dans nos cartons pour surprendre les Réunionnais dans les prochains mois ! », conclut Edwin BOTTERMAN, Directeur Général des Brasseries de Bourbon.

**Contact presse :** Jonathan KEMMA – 06 92 76 16 56 – [bdb60ans@gmail.com](mailto:bdb60ans@gmail.com)

# BRASSERIES DE BOURBON EN QUELQUES DATES CLÉS

---

- **1958** : Création de la SOREG pour produire Coca-Cola localement
- **1962** : Gerhard AVANZINI crée la Dodo Pils, la première bière locale
- **1970** : La Dodo Pils est rebaptisée Bourbon... mais reste « La Dodo »
- **1978** : Première Médaille d'or Sélection pour La Dodo
- **1981** : Début de la production de Schweppes à La Réunion
- **1983** : Création de Bourbon Distribution Service
- **1986** : Heineken devient actionnaire majoritaire de la SOREG, Brasseries de Bourbon et Bourbon Distribution Service
- **1994** : SOREG, Brasseries de Bourbon et Bourbon Distribution Services fusionnent
- **1999** : La limonaderie rejoint la Brasserie à Quai Ouest
- **2002** : Brasseries de Bourbon participe au lancement d'Entreprise et Prévention Réunion qui deviendra Avec Modération !
- **2012** : Nouvelle ligne de production à la limonaderie (10,5M € investis) ; Nouvelle ligne PET
- **2013** : Début de la production de Orangina
- **2015** : Changement de bouteille pour La Dodo
- **2018** : Lancement de Tezi Tea
- **2021** : Production locale de Tezi Tea ; lancement de 974MIX
- **2022** : Inauguration de la nouvelle salle à brasser

# BRASSERIES DE BOURBON EN QUELQUES DONNÉES CLÉS

---

## Brasseries de Bourbon en 4 chiffres clés

- 1 site de production (Bas de la Rivière – Saint-Denis)
- 4 lignes de production : Bouteilles en verre, PET, fûts et Bibs
- 2 centres de distribution (Saint-Pierre & Sainte-Marie)
- Nous livrons en direct plus de 1300 clients en direct sur 4000 (100 GMS, 1000+ clients hors-domicile, 116 grossistes, 113 stations-service) – des petites boutiques traditionnelles aux hypermarchés en passant par les bars, snacks et restaurants.

## Notre engagement pour l'économie réunionnaise

- Plus de 80% de nos produits sont fabriqués localement. Ils sont donc labellisés « Nou la Fé »
- Plus de 40% de nos achats se font auprès d'entreprises locales (sucre, carton, film plastique, services de communication) soit près de 30m€ de biens et services achetés auprès de fournisseurs locaux en 2021
- 15% de nos actionnaires sont réunionnais
- Nous versons environ 22m€ de taxes chaque année, dont 80% de droits d'accises, d'octroi de mer et d'écotaxe.

## Nos investissements à La Réunion

- 68m€ ces 10 dernières années (2012 -2021)
- 13m€ en 2021
- 6,5m€ pour la nouvelle salle à brasser inaugurée en 2022
- 38m€ d'investissements prévus sur la période 2023-2025

## Nos engagements pour une production responsable

- Pour l'embouteillage de nos bières, plus de 40 millions de bouteilles en verre sont réutilisées chaque année, soit environ 70% des bouteilles. Ce sont autant de bouteilles qui ne sont pas produites (l'industrie verrière requiert énormément d'énergie, généralement fossile), importées sur l'île par voie maritime, puis à nouveau exportées hors du territoire pour être recyclées.
- 100% des bouteilles en plastique, cannettes en métal et bouteilles en verre que nous commercialisons sont recyclables, à condition d'être jetées dans la bonne poubelle (bac jaune pour le PET et la boîte ; bornes à verre pour le verre).

## Nos engagements pour nos collaborateurs

- Brasseries de Bourbon, c'est 230 emplois directs permanents (271 équivalents temps plein en 2021) et environ 2000 emplois indirects.
  - Ces chiffres se sont stabilisés ces dernières années. Malgré la réduction d'activité en 2020 (confinements) et 2021 (couvre-feu), tous les postes ont été conservés : 15 recrutements en 2020 et 36 recrutements en 2021
  - 1 emploi chez nous soutient 7 emplois locaux dans la chaîne de valeur
- Nous investissons entre 310K€ et 340K€ chaque année dans la formation pour renforcer les compétences de nos collaborateurs (sécurité, utilisation de logiciels ou bases de l'informatique,

- formations liées aux métiers – techniques de vente, formation à l'utilisation de machines – ou formations transversales – management, gestion de projet, prise de parole en public...).
- Nous contribuons à former la nouvelle génération de Réunionnais en accueillant des jeunes en alternance et en stage sur une grande variété de métiers (marketing, ventes, production, distribution, ressources humaines...).
    - 100 stagiaires entre 2019 et 2021
    - 11 contrats d'apprentissage entre 2019 et 2021
  - Notre enquête interne de climat social montre que nos collaborateurs sont fiers de dire à l'extérieur qu'ils travaillent pour les Brasseries de Bourbon (82%)
  - Sur l'égalité femmes/hommes, en 2021, notre index de l'égalité femmes-hommes s'élevait à 84%.  
Nous sommes paritaires sur les chef.fes de service : 11 femmes / 11 hommes

## NOS MARQUES

Nous produisons, importons et distribuons une large variété de boissons sur le territoire pour satisfaire les envies des consommateurs locaux : bières, boissons gazeuses, thés glacés, eaux, jus, boissons énergisantes, champagne (22 marques et plus de 200 références).

### Marques produites et importées



### Marques locales distribuées par nos soins

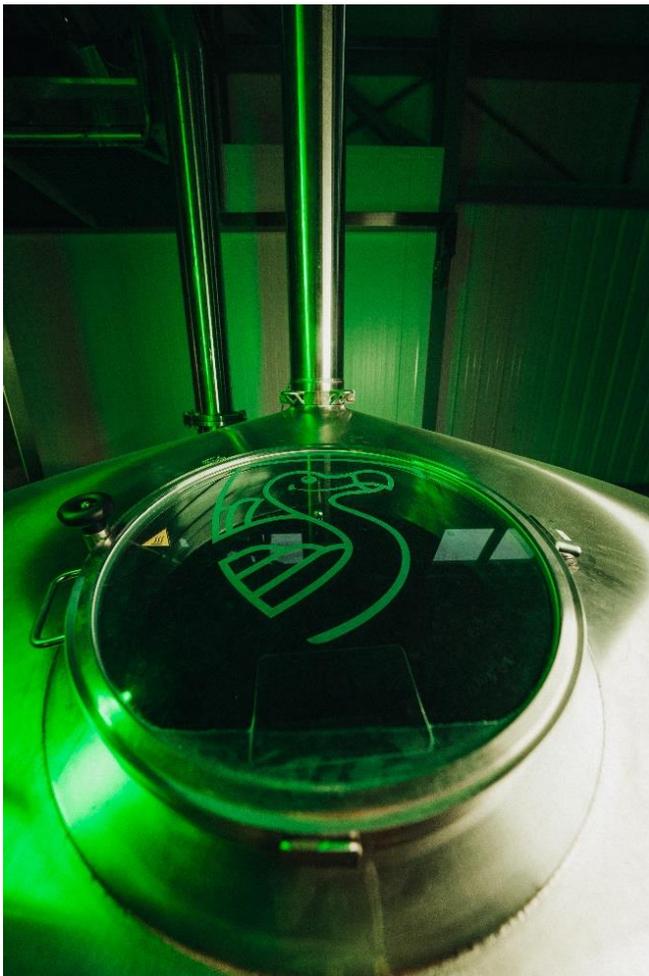


## LA NOUVELLE SALLE À BRASSER DES BRASSERIES DE BOURBON

---

Pour nos 60 ans en 2022, nous inaugurons une nouvelle salle à brasser qui représente un investissement de 6,5 millions d'euros, financés par notre actionnaire principal HEINEKEN et le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER).

Ce nouvel outil, en permettant plus d'ergonomie, réduira le travail manuel des opérateurs tout en renforçant leur sécurité sur le site de production. Grâce à l'informatisation et l'automatisation, les processus de production seront mieux maîtrisés pour assurer une qualité constante de nos produits. Le stockage des matières premières (malt et riz) se fait désormais en silo pour leur meilleure conservation. Un nouveau filtre permet enfin une meilleure performance des opérations de brassage de bières.



**Hublot de la toute nouvelle chaudière à moût, l'un des équipements de la nouvelle salle à brasser.**



**Aperçu de l'ensemble des nouvelles cuves de la salle à brasser.**



**Cuve whirlpool (à gauche) et filtre à plaques (à droite).**

# LES 3 PRIORITÉS DES BRASSERIES DE BOURBON POUR L'AVENIR

---

## 1. RENFORCER NOS CAPACITÉS À PRODUIRE LOCALEMENT

- Continuer à **produire plus de boissons localement**, afin de réduire notre dépendance aux importations et de renforcer l'emploi local, même si un tel choix implique des investissements conséquents et de long terme, dans un horizon économique réunionnais clair et stable.
- Continuer à **investir à La Réunion pour accroître nos capacités de production locales** (38m€ sur la période 2023-2025).

## 2. FAIRE NOTRE PART POUR CONTRIBUER À LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

- Travailler à **réduire notre empreinte carbone**. En 5 ans (2017-2021), nous avons réduit les émissions de gaz à effet de serre associés à la production de nos boissons de 15%, passant de 8kgCO<sub>2</sub>/hl produit à 6,8kgCO<sub>2</sub>/hl. Ces données sont le résultat conjoint des efforts de chacun (chasse aux pertes), d'investissements conséquents (changement de chaudière), et du verdissement du mix électrique réunionnais.
- Viser une **production qui ne génère pas d'émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030**. Nous allons donc augmenter l'efficacité énergétique de nos activités sur le site de Quai Ouest, et recourir à des énergies renouvelables. Nous travaillons actuellement à définir la feuille de route permettant de planifier les efforts et les dépenses pour y parvenir. Ces sujets doivent engager toutes les entreprises et tous les décideurs locaux. Soyez assurés que nous prendrons notre part.
- **Augmenter le pourcentage de bouteilles réutilisées** pour les prochaines années afin de continuer à développer la production locale de bières dans une logique d'économie circulaire et de gestion maîtrisée de la production de déchets ; en nous appuyant sur les acteurs existants ; nous aurons besoin de tous (consommateurs, collectivités, fournisseurs, clients) pour y arriver !

## 3. PROMOUVOIR LA CONSOMMATION RESPONSABLE DE NOS BOISSONS

- **Toujours proposer du choix** : nous souhaitons **élargir la diffusion de notre large gamme de boissons Low&no alcohol** ainsi que celle des **boissons sans sucres / moins sucrées**, afin de diversifier l'offre de boissons pour nos clients et nos consommateurs.
- **Promouvoir la modération** : nous menons des actions de **sensibilisation à la consommation modérée d'alcool**, vis-à-vis de nos collaborateurs (interne) et de nos consommateurs (externe).
- **Lutter contre les abus et les usages nocifs**, notamment à travers les actions de l'association Avec Modération !

# **VISUELS CAMPAGNE DE COMMUNICATION PRINT 60 ANS BRASSERIES DE BOURBON**

---

Un anniversaire, c'est l'occasion de réaffirmer qui nous sommes. Et pour raconter qui est Brasseries de Bourbon, qui est le mieux placé pour le faire, sinon nos salariés ?

Nous lançons donc la première campagne de communication institutionnelle Brasseries de Bourbon en mettant en avant non pas notre très riche portefeuille de marques – ce que nous faisons très bien par ailleurs -, nos succès économiques, techniques, ou commerciaux, mais en mettant à l'honneur nos salariés, qui font Brasseries de Bourbon au quotidien.



“**Quand je suis devenu brasseur, on peut dire que j’avais la pression !**”



**60 BdB**

**Harry** et les Brasseries de Bourbon, c'est bientôt fini... L'année prochaine, ce brasseur emblématique prendra sa retraite. Mais l'histoire qui lie Harry à l'entreprise dans laquelle il est entré dès 1979 ne sera jamais vraiment achevée. « *Je lui dois beaucoup. Quand je regarde d'où je sors et là où j'en suis aujourd'hui, c'est grâce aux Brasseries de Bourbon.* » Embauché comme aide brasseur, Harry a été promu brasseur quelques mois après seulement. « *Je m'en souviens comme si c'était hier...* » Depuis quarante-trois ans, il aime son métier, « *passionnant et gratifiant* », et apprécie de transmettre aux jeunes générations sa connaissance des machines et des procédés de fabrication. « *C'est magique de voir la matière première se transformer en bière grâce à nos recettes. On est un peu comme des chefs cuisiniers !* »

**Brasseur de Bonnes idées !**

 BRASSERIES DE  
**BOURBON**

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION



“L’envie d’avancer ensemble contribue au succès des Brasseries de Bourbon”



## Eléna

est category manager direct aux Achats, un service qu'elle a intégré en 2019, à son arrivée aux Brasseries de Bourbon. Cette fonction support transversale lui donne chaque jour l'occasion d'interagir avec de nombreux services, en développant notamment des projets d'achats de matières premières et de packaging qui s'inscrivent dans une démarche environnementale volontaire. Eléna dit se sentir bien aux Brasseries de Bourbon, « ce pan du patrimoine culturel réunionnais, cette entreprise à taille humaine qui bénéficie des moyens d'un groupe international pour se renouveler et se développer ». Pour elle, les défis incessants auxquels sont confrontées les Brasseries de Bourbon sont surmontés au quotidien grâce au travail en équipe, à la solidarité interservices et surtout à la bonne ambiance générale.

Pour moi les Brasseries de Bourbon ce sont des

**Bulles de Bonheur !**



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION



“ **Les Brasseries de Bourbon m'ont fait grandir** ”

**60**  **BdB**

## Wilson

est quelqu'un de fidèle. Très fidèle même. Depuis son entrée dans la vie professionnelle, en 2005 déjà, il n'a connu qu'un seul et même employeur : les Brasseries de Bourbon. Aujourd'hui chef d'équipe maintenance préventive, son parcours a été jalonné de challenges. « *En me formant et en saisissant les nombreuses opportunités qui m'ont été offertes en interne, j'ai su relever chacun d'entre eux, progresser et m'adapter à des technologies sans cesse en mouvement.* » D'année en année, Wilson a eu à coeur d'ajuster sa trajectoire personnelle à celle d'une entreprise leader qui se remet constamment en question pour avancer. « *Ici, il n'y a pas de problèmes, que des solutions. Un véritable exemple pour la concurrence !* » Fier d'être un acteur d'une histoire qui continue de s'écrire, Wilson apprécie plus que tout la philosophie et la vision internationale des Brasseries de Bourbon, où le partage d'expérience prend tout son sens.

## Bâisseur de Bien-être !

 BRASSERIES DE  
**BOURBON**

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION



“ **La cohésion  
permet de brasser  
la bonne humeur !** ”

**60**  **BdB**

**Shadé** a eu l'occasion de découvrir les Brasseries de Bourbon en 2017, lors de sa dernière année d'études en alternance. Mais ce n'est que depuis avril dernier que cette jeune femme pleine de peps est revenue parmi nous en tant qu'approvisionneuse. Sa mission ? Alimenter l'entreprise en matières premières pour la production et en matières de conditionnement. « *J'ai rejoint une équipe logistique soudée, au sein de laquelle je m'épanouis pleinement.* » Shadé compte s'inscrire durablement dans « *cette entreprise réunionnaise phare* », et apporter sa compétence et sa touche personnelle à l'amélioration continue des process. Mais à l'écouter, ce qu'elle apprécie le plus aux Brasseries de Bourbon, ce sont « *les événements organisés tout au long de l'année qui participent à brasser la bonne humeur* » !

Pour moi les Brasseries de Bourbon c'est le

**Bonheur d'être Bien !**

 BRASSERIES DE  
**BOURBON**

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

## ANNEXE | VISUELS BOUTEILLES 60 ANS DODO

En 2022, la marque Dodo aussi fête ses 60 ans. Pour l'occasion, 5 éditions limitées sont prévues, dont une référence aromatisée sans alcool.



La marque a également proposé à 6 artistes locaux de raconter, sur une étiquette, ce qu'évoquait La Dodo pour eux. Chacun a utilisé un traité différent (aquarelle, dessin, graff etc.), illustrant ainsi toute la diversité de la Réunion. C'est la série Collector que vous pouvez retrouver actuellement et jusqu'à la fin de l'année.

Étiquette proposée par TEKA



Étiquette proposée par Ariane



Étiquette proposée par Patrice ACARDY



Étiquette proposée par Yann Le GALL



Étiquette proposée par Tenoz



Étiquette proposée par Emma di ORIO

