

# Bassin d'Arcachon

## Petite brasserie deviendra grande

**PRODUIT** Burdigala n'en finit pas de gagner des prix. Les deux médailles obtenues au concours général agricole 2018 confortent le brasseur dans sa volonté de grandir

**RETOUR  
SUR INFO**

MAXIME TURCK  
arcachon@sudouest.fr

**P**as d'or, mais tout de même deux médailles. La brasserie Burdigala a été doublement primée à l'issue du concours général agricole 2018, à Paris, le lundi 26 février, gagnant l'argent pour leur french ale et le bronze pour la blanche aux fleurs de sureau. Des récompenses qui viennent compléter une armoire à trophée qui s'est déjà bien remplie cette année : après les trois prix obtenus aux World Beer Awards en juillet, la marque testerine était récompensée, en décembre, d'une médaille de platine au concours Inside Beer 2017.

Grégoire Agostini, le fondateur de la marque, ne souhaite pas s'arrêter en si bon chemin. Il espère, pourquoi pas, « venir titiller les bières championnes du monde, majoritairement canadiennes ou américaines ». Et pour mener à bien ce projet et tenter de tutoyer les sommets brassicoles, le trentenaire et son employé, Julien Darzacq, débordent de projets.

### « Améliorer encore le goût »

Trois ans après la création de la marque, l'infatigable artisan compte désormais agrandir sa brasserie. L'objectif ? Augmenter la production, mais aussi acheter du matériel supplémentaire. « On aimerait



À sa brasserie, Grégoire Agostini expose fièrement les trophés gagnés par ses bières. PHOTO M. T.

passer d'une production de 500 litres par semaine à environ 3 000 litres ». Pas question pour autant de rentrer dans un processus d'industrialisation : « Notre but, ce n'est pas de faire uniquement du chiffre d'affaires, précise le brasseur qui peine parfois à se dégager un salaire. La première motivation, pour cet agrandissement, c'est d'améliorer encore le goût de notre bière. Nous souhaitons investir dans des outils de production que nous ne pouvons pas encore avoir, faute de surface ou de main-d'œuvre. »

Les étals des grandes surfaces ne sont pas près de voir débarquer la

bouteille noire à tête de renard. La marque entend bien continuer à fonctionner principalement en circuit court. « 90 % de notre chiffre d'affaires, c'est de la vente aux professionnels. Le reste, ça vient de notre site (1) ou de la vente directe », précise le commerçant. C'est aussi pour développer encore plus cette dernière partie qu'il compte améliorer sa visibilité : « On va agrandir l'allée qui donne sur l'avenue Gustave-Eiffel. C'est pour ça qu'on a installé cette tête de renard en bois ! »

### 2 millions d'euros

Reste, pour Grégoire Agostini, à trouver les 2 millions d'euros né-

cessaires à l'aménagement du futur agrandissement. « Il nous faudra acheter le matériel de brassage, les bouteilles, mais aussi embaucher trois ou quatre nouveaux employés à temps plein », détaille l'artisan. Pour cela, la marque se fait accompagner par l'agence de développement économique BA2E, et se tourne vers des financements privés, un prêt bancaire, et, pourquoi pas, une aide du territoire : « Nous aimerions particulièrement pouvoir apposer la marque B'A (Bassin d'Arcachon) sur nos produits. »

(1) bieredebordeaux.com