

BIÈRE DE DIEKIRCH

InBevable

David Wagner

Le démantèlement de la brasserie à Diekirch n'est pas seulement une conséquence directe de l'économie mondialement libéralisée. Il a été perçu par la population comme un coup de semonce.

Il y a exactement 100 ans, en 1910, le siècle entamait une décennie qui allait durablement marquer l'histoire de l'humanité. L'historien Eric J. Hobsbawm qualifia la période allant de 1914 à 1991 de « court 20e siècle ». Un siècle plus tard, l'humanité semble se trouver à nouveau au seuil d'une nouvelle ère : crise économique mondiale, crise climatique, tensions sociales et internationales. 2010 nous a-t-il fait entrer dans une nouvelle ère ? Difficile d'en juger. Toutefois, l'année débute en fanfare - ou, pour la circonstance, en cavalcade : avec l'annonce, la semaine passée, d'une réduction massive des effectifs à la brasserie de Diekirch et la délocalisation de la production de cette bière vers la Belgique, une vague d'effroi traverse le pays. En 2002, la brasserie est passée aux mains du géant brassicole Inbev, le premier producteur et distributeur de bière mondial.

Le point d'orgue fut atteint ce lundi : selon diverses sources, entre 1.200 et 1.800 personnes ont manifesté en soirée à Diekirch pour protester contre la délocalisation. Malgré le caractère bon enfant de la manifestation, les gens présents étaient

consternés. D'une certaine manière, cette manifestation était une double première : D'abord, parce qu'elle fut lancée depuis le site communautaire « facebook ». Ensuite, parce que c'est en fait la première grande manifestation populaire d'ampleur au Luxembourg contre une conséquence directe de l'économie mondialement libéralisée. Il y a quelques mois encore, la fermeture du site de Villeroy et Boch avait également choqué plus d'un habitant-e du Grand-Duché. Toutefois, et c'est sans doute à regretter, la lutte des salarié-e-s de Villeroy n'avait pas réussi à mobiliser à tel point l'opinion publique.

Il faut dire que l'affaire de Diekirch est lourde de symboles. Non seulement il s'agit de bière, donc du breuvage national - n'en déplaise aux amateur-e-s des vins de Moselle - mais également d'une marque issue d'une des principales villes du nord du pays. La « disparition » partielle de la bière Diekirch concerne non seulement la ville, mais tout le Nord et aussi - vu les dimensions modestes du Luxembourg - tout le pays. Ainsi, le démantèlement est ressenti comme une agression directe de l'économie mondiale libéralisée contre la patrie. Ce qui n'était peut-être qu'un sentiment diffus pour la majorité de la population relativement à l'abri des dégâts de ce système économique se mue en ressentiment concret contre un système froid, déraciné et libre

de toute emprise humaine. Nul doute que l'affaire Diekirch influencera les mentalités au Luxembourg, ce qui devrait avoir des répercussions lors des négociations tripartites qui s'annoncent d'ores et déjà tendues.

Le néolibéralisme concrètement

A l'heure où nous écrivons, 63 postes sur 97 sont menacés sur le site de Diekirch - c'est le « scénario maximal », selon le chargé des relations avec la presse de la Brasserie de Luxembourg, Emmanuel Goedseels. Les postes restants s'occuperont principalement de la commercialisation et de la publicité. Sur ces 63 postes qui risquent la suppression, 25 appartiennent à la production proprement dite et une trentaine d'autres à la distribution. D'après Goedseels, un des problèmes résiderait dans la surproduction. Les 25 postes qui y sont engagés seraient en effet surnuméraires par rapport aux quantités produites. Vient ensuite la distribution : actuellement, la brasserie dispose d'une flotte qui occupe une trentaine de personnes, mais qui serait extrêmement coûteuse pour des trajets peu rentables. Aussi la société envisage-t-elle de trouver un partenaire adéquat pour reprendre cette activité. En clair : la distribution sera sous-traitée.

Ce qui énerve particulièrement les syndicats, c'est que la brasserie reste malgré tout bénéficiaire. « Rien

qu'en 2008, elle a réalisé 4,7 millions d'euros de bénéfices, alors même que les ventes ont reculé de trois pour cent », affirme Romain Daubenfeld, secrétaire central à l'OGBL en charge du dossier. Ces bénéfices auraient été réalisés « sur le dos des salariés » grâce à une politique d'austérité que Daubenfeld qualifie de « cochonnerie ». Il faut savoir que les salarié-e-s de la brasserie ne roulent pas sur l'or : le salaire net moyen tourne autour des 2.000 euros. Le démantèlement du site n'étonne Daubenfeld qu'à moitié. S'il affirme que lors d'une réunion avec la direction le 14 décembre dernier, cette dernière avait promis de ne pas toucher au site, il présentait qu'Inbev préparait un déménagement : « C'est la politique d'Inbev », explique Daubenfeld, « ils rachètent les petites brasseries, les pressent comme des citrons jusqu'à ce qu'il ne reste plus rien, mais s'approprient le nom. » Et le site luxembourgeois n'est pas le seul à être en danger. L'action de rationalisation d'Inbev est globale : elle concerne entre autres l'Allemagne, les Pays-Bas, la Grande-Bretagne et la Belgique où le conflit est actuellement déjà engagé avec des grèves dans les brasseries de Jupille et de Louvain. D'ici samedi, la Belgique risque même de connaître des problèmes de ravitaillement en Jupiler ou Hoegaarden. Chez nos voisins du nord-ouest, qui souffrent tout autant que les Ardennais luxembour-



PHOTO: BEERACTIVIST

« Cheers, Mr. President ! ». La bière comme symbole universel du dialogue a été consacrée lors du fameux « beer summit » organisé par le président américain afin de réconcilier un policier blanc dont l'arrestation d'un professeur d'université noir avec été qualifiée de raciste.

geois, il en va de 200 à 300 emplois. Romain Daubenfeld pour sa part n'exclut pas un conflit social au Luxembourg : « Cent pour cent des salariés sont prêts à lutter si rien ne bouge. Cela suffit maintenant, ils ont fait assez de sacrifices. » Et de demander à voir le bilan de l'année 2009, sans quoi les syndicats refuseront de parler de plan social.

Le problème, c'est que ce phénomène n'est pas spécifique à Inbev. Comme toute multinationale, Inbev fait ce que tout le monde lui reproche : ne s'intéresser qu'au profit au détriment du produit et des salariés-e-s. C'est la dure réalité du capitalisme financier. Et comme toutes les multinationales, Inbev tente de se doter d'un profil angélique : sur son site en ligne, on trouve la charmante devise suivante : « Our dream is to become the best beer company in a better world. » Un peu comme feu la banque Dexia avait détournée l'effigie du « Che » et sa citation la plus connue (« Soyons réalistes, exigeons l'impossible »).

Act global, drink local

Evidemment, il faut être particulièrement niais pour tomber dans le panneau de cette évidente hypocrisie de publicitaires peu inspirés. Il faut savoir une chose : les Luxembourgeois-e-s ne sont pas les premiers à se plaindre qu'une de leur bière « de-

viennne belge ». Aux Etats-Unis déjà, Inbev s'est affirmé comme le premier producteur de bière. « Will Bud become belgian ? », s'interrogeait ainsi en 2008 le « beer activist » américain Chris O'Brien sur son site (www.beeractivist.com), tout en constatant que si la production de bière aux Etats-Unis n'a jamais été autant concentrée et monopolisée, les brasseries connaissent un essor sans précédent en nombre et en variété. En une trentaine d'années, elles sont passées de moins d'une centaine à désormais 1.500. Clairement ancré à gauche, cet universitaire passionné de bière et d'écologie explique dans son livre « Fermenting Revolution » l'importance des microbrasseries pour un développement durable social et environnemental, ainsi que le rôle civilisateur et émancipateur que la bière a joué à travers les époques.

Hélas, depuis une quinzaine d'années, dans toute l'Europe, il y a une tendance à un recul de la consommation de bière. Emmanuel Goedseels l'estime à sept pour cent. A ses yeux, les causes en sont multiples : les lois interdisant de fumer dans les cafés, l'émergence des « alcopops » surtout consommés dans les boîtes de nuits et une individualisation croissante des gens qui préfèrent s'enfermer chez eux en soirée plutôt que de fréquenter les bistrotis. Rien de très étonnant dans cette société néolibérale qui érige le sacrifice au travail

en vertu et qui s'adonne au culte de l'effcience.

Mais les gens veulent-ils vraiment de cette société policée et stressante ? Hormis quelques dérapages aux relents frôlant parfois le chauvinisme, les manifestant-e-s de Diekirch et l'opinion publique en général, rejette de plus en plus ce modèle de société qui sacrifie les valeurs d'humanité et de convivialité sur l'autel du profit. Chose intéressante, les initiatives pour reprendre la brasserie se multiplient. Sur Facebook, un certain Guy Zimmer a créé un groupe « Mir Letzeboier kaafen Diekircher Brauerei op » qui connaît déjà un gros succès. Dans un communiqué de presse, déi Lénk propose également que la brasserie soit rachetée ou que l'Etat fasse usage de son droit constitutionnel d'expropriation. Les députés libéraux du Nord, André Bauler et Fernand Estgen demandent quant à eux au ministre de l'économie Jeannot Krecké (LSAP) si l'Etat envisage de revaloriser le site de la brasserie, tandis que l'eurodéputé Claude Turmes (déi Gréng), questionne la Commission européenne au sujet de l'appellation de produits dont la marque est synonyme d'une région géographique. Mercredi, le bourgmestre de Diekirch, Jacques Dahm (CSV), a adressé une lettre à la brasserie pour exiger d'elle de ne pas utiliser la marque Diekirch si la bière n'était plus produite dans cette ville. C'est probablement peine perdue,

car, comme nous a renseigné l'avocat Nicolas Decker, expert en question de propriété intellectuelle et industrielle, la marque Diekirch est bel et bien la propriété d'Inbev. Et la bière ne pourrait pas jouir d'une appellation d'origine faute d'en remplir les critères. Par contre, les armoiries de la ville qui ornent les bouteilles de bière feront l'objet, comme nous l'a affirmé Goedseels, d'une discussion avec les autorités communales. Il semble que dans un monde néolibéralisé, il n'y ait plus que les insignes héraldiques qui n'appartiennent pas encore aux multinationales.