

La brasserie de l'Abbaye de Saint-Maurice va se relancer avec une bière haut de gamme

écrit par Raphaël Pomey | 12 avril 2024

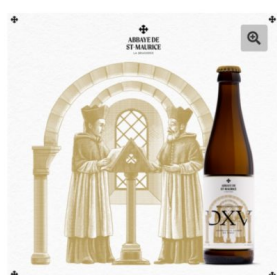
Durant le carême, une figure bien connue des fidèles a refait son apparition lors des messes de l'Abbaye de Saint-Maurice : le père-abbé Jean Scarcella. Sans présider, le maître des lieux reprenait sa place parmi les siens, après s'être mis en retrait dans un contexte d'accusations d'abus qui le visaient lui et la communauté.

Pour de nombreux habitués, ce retour de Mgr Scarcella est porteur d'espoir. A la sortie de la messe, on s'accorde aujourd'hui à affirmer que les soupçons qui pesaient contre lui, ou contre le prieur Roland Jaquenoud, n'ont débouché sur rien. Le climat douloureux, espère-t-on, ne sera bientôt plus qu'un lointain souvenir. Selon certains, une déroute électorale menacerait même Christophe Darbellay, chef du Département valaisan de l'économie et de la formation. Opportuniste, **sa récente décision de changer le nom du « lycée-collège de l'Abbaye de Saint-Maurice » en « collège de Saint-Maurice »** aurait retourné l'opinion en faveur des chanoines.

Les distributeurs ne bougeront pas

Dans le contexte des révélations, deux partenaires commerciaux de la brasserie de l'Abbaye avaient décidé de subitement cesser la collaboration : l'entreprise vaudoise Amstein SA ainsi que la Coop. Le contexte étant à l'apaisement, ces deux sociétés vont-elles relancer la distribution des breuvages chablaisiens ? « Pour le moment nous n'avons pas prévu de redistribuer les bières », répond laconiquement Amstein. Quant

à Caspar Frey, porte-parole de la Coop, il n'est guère plus bavard : « Nous vous prions de comprendre que nous ne nous prononçons pas publiquement sur les décisions concernant l'assortiment. » Au cœur de la crise, la coopérative avait eu moins de pudeurs à expliquer que la fin de la mise en vente visait à se distancier « de ces événements présumés », comme le mentionne un article de janvier de la RTS.



DXV Bière Triple 33cl

CHF 24.00 - CHF 48.00

SUPER PROMO!

DXV La bouteille de 33cl **CHF 2.- pièce** au lieu de CHF 4.50

Quantité

Choisir une option

Ajouter au panier

Avec ces prix cassés, les dégâts sont encore visibles sur le site de l'Abbaye.

Réorientation stratégique du côté de la brasserie

Pas de quoi faire paniquer le président de la brasserie, Pierre-Alain Cardinaux. « Début 2023, avant les affaires de l'Abbaye, nous avons revu toute l'organisation de la brasserie. Nous voulions réduire le volume et avoir une organisation moins coûteuse. » Dès lors, précise-t-il, les effets liés aux affaires ont eu peu d'influence : « Nous avons pu absorber sans problème ! » Reste que les stigmates sont encore bien visibles en ligne avec des boissons vendues à CHF 2.- pièce au lieu de CHF 4.50, sur le site de l'Abbaye.

Pour découvrir le nouveau partenaire brassicole de l'Abbaye et sa stratégie 2024-2025 dans la suite de cet article, merci de

vous connecter ci-dessous ou de prendre un abonnement.

Le nouveau partenaire est connu

Alors que l'objectif initial de la brasserie était bien plus élevé, elle vise désormais 100'000 bouteilles vendues par année. « Nos produits sont bons et appréciés. Cet objectif est réalisable en 2025 ! ». 2024 sera donc l'année de transition, marquée par une nouvelle stratégie : non seulement réduire l'offre, mais aussi proposer une toute nouvelle bière haut de gamme. « On réduit le volume mais on va augmenter la qualité et surtout être plus exclusif et proche de nos clients », décortique Pierre-Alain Cardinaux. « Créer des liens avec l'Abbaye » figure aussi parmi les axes de cette nouvelle politique. Après l'échec du rapprochement avec la société Martigny Brewing, durant la crise, c'est désormais en collaboration avec la brasserie La Mine, située à Bex, que seront désormais produites les bières. Et Pierre-Alain Cardinaux de rappeler en guise de conclusion : « L'Abbaye produit aussi des vins. Cette année, on va sortir deux Premiums : un chardonnay et un merlot en fûts ! La Cave Montreux Riviera transforme actuellement ces deux vins qui sortiront en fin d'année. Nous allons unir nos forces pour le marketing. »

Patron des Biérosophes, cave spécialisée au centre d'Yverdon-les-Bains, Alain Kaehr n'a aucun doute, les breuvages de l'Abbaye n'ont pas connu la crise à cause de leur qualité intrinsèque. « La difficulté de les vendre vient uniquement des affaires les concernant, les gens étant sensibles à tout ce qui se passe. Yan Amstein les a sorties de l'assortiment et je doute fort qu'il change d'avis de sitôt. »