

*La co-entreprise montée par Heineken et CFAO en Côte d'Ivoire a démarré la commercialisation de sa bière locale, Ivoire, et conteste le leadership de Solibra, filiale de Castel.*

« Ivoire » a été mis sur le marché le 14 novembre à Abidjan, distribuée dans des bouteilles de 60 cl au prix de 500 F CFA . Ce lancement intervient un peu plus tôt qu'annoncé au démarrage du projet en septembre 2015, qui évoquait une commercialisation au premier trimestre 2017. Les travaux de construction de l'usine, prévus pour 18 mois, ont été achevés en 13 mois et demi, permettant le démarrage de la production.

Tout « Abidjan la joie » attendait cela : la fin du monopole, vieux d'un demi-siècle, de la Société de limonaderies et brasseries d'Afrique (Solibra), propriété du groupe Castel. Vendredi 25 septembre, Heineken et CFAO, réunis au sein de la coentreprise Brassivoire, ont posé les premiers jalons de ce qui devrait devenir la plus importante brasserie d'Afrique de l'ouest. Doté d'un **investissement** de 150 millions d'euros, le site pourrait produire 1,6 million d'hectolitres de bière par an. De quoi réjouir les tenanciers de maquis, gargotes et autres bars de la capitale ivoirienne qui verront la mousse couler.

« Les bières ne nous seront pas livrées gratuitement, nous le savons, mais avec la concurrence, le coût des bouteilles devrait baisser. Le show est une seconde nature chez les Ivoiriens. Avoir de la bière à gogo ne nuira pas à leur bonheur, loin de là », se félicite Philomène Gnahoua, gérante de maquis à Yopougon dans l'ouest d'Abidjan.

La brasserie, située dans la nouvelle zone industrielle PK24, produira de la bière Heineken pour le marché national à partir de l'année 2017. Brassivoire devrait, en outre, permettre la création d'environ **700 emplois directs** et le soutien de plus de 40 000 emplois indirects. La **coentreprise** explore également la possibilité de développer un projet d'approvisionnement en matières premières agricoles qui lui permettrait de fabriquer sa bière avec des produits locaux.

Heineken et CFAO sont déjà associées depuis vingt ans à Brazzaville au sein des Brasseries du Congo. « Cette nouvelle brasserie va venir contribuer au développement économique et social, déjà en cours, de la Côte d'Ivoire », a souligné Roland Pirmez, président de la région Afrique, Moyen-Orient et Europe de l'Est au sein de Heineken International, en présence du premier ministre ivoirien, Daniel Kablan Duncan.

### **La toute puissante Solibra**

Sur le terrain, Brassivoire aura fort à faire pour concurrencer la Solibra. Décidée à maintenir son monopole, cette dernière a racheté en avril les Brasseries ivoiriennes (BI) et leur produit phare, Number One, qui avaient bousculé le marché en 2013.

Solibra a le monopole du marché de la bière en Côte d'Ivoire depuis plus d'un demi siècle. Même Les Brasseries Ivoiriennes, qui s'étaient accaparées 28% du marché grâce à la fameuse Number One ont dû céder et ont été rachetées par Castel.

La nouvelle n'avait pas enchanté des consommateurs, qui craignaient une hausse des prix. Sur le marché la bière Number One était vendue à 600 francs CFA le litre, contre 750 francs CFA pour la concurrente, l'inusable Bock, communément appelé la « Drogba ». Un ajustement à 700 francs CFA a été institué après le rachat des BI.