

[Page de Garde]

HEC MONTRÉAL

**Localisation et développement local : le cas de l'industrie
microbrassicole au Québec**

Par

Félix Garneau

Sciences de la gestion

(Option Affaires internationales)

*Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de la
maîtrise en sciences de la gestion (M. Sc.)*

Juin 2022

© Félix Garneau, 2022

Résumé

Ce mémoire porte sur l'étude de l'industrie microbrassicole au Québec. Plus spécifiquement, il s'agit d'analyser les facteurs de localisation des microbrasseries au Québec et d'éplucher le fonctionnement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec pour tenter de comprendre comment celle-ci contribue au développement de cette région périphérique. Cette étude cherche à apporter des éléments de réponse aux deux questions suivantes :

- Quels sont les facteurs qui influencent la localisation des microbrasseries dans les régions du Québec et dans quelles mesures ces facteurs varient entre différentes régions?
- À partir de l'analyse de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec, comment celle-ci contribue au développement de la région?

La réponse à la première question permet de comprendre la répartition spatiale des microbrasseries dans le contexte spécifique du Québec amenant à mieux saisir le parcours et le potentiel de développement que prend cette industrie. La seconde question permettra d'analyser l'industrie microbrassicole de l'Est du Québec afin de comprendre le rôle que joue cette dernière dans le développement de cette région.

Nous retiendrons dans cette étude qu'en fonction du contexte géographique, la localisation des microbrasseries suit différents schémas de localisation. En effet, les résultats diffèrent grandement entre les régions centrales et périphériques ce qui représente en soi une bonne contribution à la littérature. Par exemple, les caractéristiques socio-économiques qui influencent la localisation des microbrasseries en région centrale ont peu d'impact sur la

localisation des microbrasseries en région périphérique. La région locale dans laquelle les microbrasseries sont implantées reste le contexte le plus pertinent afin de comprendre les facteurs qui influencent la localisation des microbrasseries. Dans un autre ordre d'idées, l'analyse de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec démontre que les microbrasseries de cette région suivent un développement relativement modeste étant attribuable à divers facteurs tels que l'aspect périphérique et un niveau de production limité. Toutefois, le fort esprit de communauté qui caractérise les microbrasseries de l'Est du Québec permet de surpasser le cadre économique et de générer des externalités au niveau social et culturel contribuant au développement local. Enfin, il est somme toute difficile d'évaluer ou de statuer sur le développement de l'industrie microbrassicole de l'Est du Québec puisque celui-ci est altéré par l'importance de la saison touristique dans cette région.

Mots-clés : Microbrasserie, Facteurs de localisation, géographie, développement local, régions périphériques, industrie microbrassicole, Est du Québec

Table des matières

RÉSUMÉ	I
TABLE DES MATIÈRES	III
LISTE DES TABLEAUX	V
LISTE DES FIGURES	V
LISTE DES ABRÉVIATIONS.....	VI
REMERCIEMENTS	VII
CHAPITRE 1 : INTRODUCTION.....	1
1.1. Contexte de la recherche et questions	1
1.2. Contributions et principaux résultats	3
1.3. Méthodologie de recherche	4
1.4. Organisation de recherche	6
1.5. Structure de la recherche	6
CHAPITRE 2 : LES FACTEURS DE LOCALISATION DES MICROBRASSERIES AU QUÉBEC.....	8
2.1. Introduction	8
2.2. Revue de littérature	11
2.2.1. Le secteur des microbrasseries comme sujet d'étude	11
2.2.2. Les facteurs de localisation des microbrasseries	13
2.2.3. Les facteurs de localisation et les théories classiques de localisation	21
2.2.4. Le contexte géographique des études sur les facteurs de localisation dans les microbrasseries	24
2.2.5. Portrait de l'industrie de la microbrasserie au Québec	26
2.3. Méthodologie.....	30
2.3.1. Variables	30
2.3.2. Approche analytique.....	34
2.4. Résultats	36
2.4.1. Statistiques descriptives et associations directes.....	36
2.4.2. Identification de la région locale la plus étroitement associée à la présence de microbrasseries	39
2.4.3. Les facteurs associés à la présence d'une microbrasserie.....	40
2.4.4. Les microbrasseries du Québec se regroupent-elles?	47

2.5. Discussion et conclusion	49
CHAPITRE 3 : DÉVELOPPEMENT LOCAL EN RÉGION PÉRIPHÉRIQUE : LE CAS DE L'INDUSTRIE MICROBRASSICOLE DANS L'EST DU QUÉBEC	53
3.1. Introduction	53
3.2. Revue de littérature	56
3.2.1. Le développement de nouvelles industries : la géographie économique évolutionniste	57
3.2.2. Le développement de nouvelles industries : Le néolocalisme	62
3.2.3. Le développement de nouvelles industries : le contexte des régions périphériques.....	65
3.2.4. Le développement de nouvelles industries : le cas de l'industrie microbrassicole	69
3.2.5. Positionnement de la recherche	74
3.3. La région de l'Est du Québec	76
3.4. Méthodologie	80
3.5. Résultats	87
3.5.1. Les acteurs microbrassicoles de l'Est du Québec	88
3.5.2. Le développement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec	91
3.5.3. Les microbrasseries de l'Est du Québec dans le contexte local	94
3.5.4. Le tourisme brassicole et la route des bières de l'Est du Québec	105
3.6. Conclusion et discussion	109
CHAPITRE 4 : CONCLUSION	114
BIBLIOGRAPHIE	i
ANNEXE A : Solutions de composantes pour les municipalités cibles	vii
ANNEXE B : Solutions composantes pour les territoires centrés sur les municipalités cibles.....	viii
ANNEXE C: Guide pour les entretiens.....	ix
ANNEXE D : Formulaire de consentement à une entrevue en organisation	xiii

Liste des tableaux

Tableau 1. Description des facteurs de localisation	14
Tableau 2. Définition des variables (mesurées pour chaque municipalité)	33
Tableau 3. Variables utilisées pour l'analyse. Valeurs moyennes et comparaison pour les municipalités avec et sans microbrasserie	38
Tableau 4. Présence d'une microbrasserie dans une municipalité. Variables explicatives de la municipalité où est située la microbrasserie	41
Tableau 5. Présence d'une microbrasserie dans une municipalité. Variables explicatives de la région locale centrées sur la municipalité	42
Tableau 6. Caractéristiques socioéconomiques des principales villes des régions de l'Est du Québec (2016)	79
Tableau 7. Processus de création de la théorie d'Eisenhardt (1989)	81
Tableau 8. Contexte de la route des bières de l'Est du Québec	89

Liste des figures

Figure 1. Pouvoir explicatif du modèle, selon le rayon de la région locale	48
--	----

Liste des abréviations

AMBQ	Association des microbrasseries du Québec
AMBC	Association des microbrasseries canadiennes
RACJ	Régie des Alcools, des Courses et des Jeux du Québec

Remerciements

C'est avec beaucoup de fierté et le sentiment du devoir accompli que je remets mon mémoire. Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à mon directeur de mémoire, monsieur David Doloreux. Je le remercie pour son encadrement, ses orientations, son aide et ses encouragements. Le financement de ce mémoire a été possible grâce à une bourse de recherche offerte par la Chaire en innovation et développement régional. Je remercie également mon codirecteur, monsieur Richard Shearmur pour son aide et son temps alloué au projet. C'est en grande partie grâce à eux que je peux soumettre un travail de qualité dont je suis très fier.

Un grand merci aux microbrasseries de l'Est du Québec qui ont volontairement participé à cette étude. Sans ces répondants, rien de tout ça n'aurait été possible. Aller à la rencontre de ces fiers propriétaires brassicoles fut une expérience très enrichissante et pour cela je les remercie.

Enfin, merci à mon entourage, ma famille et mes amis de m'avoir soutenu de près et de loin dans ce projet très important pour moi. Un merci spécial à mes parents qui ont toujours su m'encadrer et m'offrir les outils nécessaires tout au long de mon cheminement.

Chapitre 1 : Introduction

1.1. Contexte de la recherche et questions

Dans la foulée de nouvelles industries émergeant d'une industrialisation soutenue à l'échelle du globe, l'industrie microbrassicole se démarque et suscite l'attention de divers chercheurs de par, principalement, l'engouement qu'elle crée contribuant à son développement rapide sur plusieurs marchés à travers le monde (Flack, 1997; Schnell et Reese, 2003, 2014; Holtkamp, 2016; Wojtyra et al., 2020; Pachura, 2020; Argent, 2018; Esposti et Fastigi, 2017; Carr et al., 2019; McLaughlin et al., 2016; Nilsson et al., 2019). L'émergence de cette industrie s'est amorcée dans les années 1980 comme une réponse au désir des consommateurs d'avoir une plus grande variété de bières disponibles. Ce sont d'abord aux États-Unis et en Europe que les microbrasseries ont émergé pour aujourd'hui se retrouver dans différentes régions du monde (McLaughlin et al., 2016). La particularité de cette industrie est qu'elle se développe très rapidement, et ce autant en région centrale que périphérique.

Plusieurs recherches sur cette industrie nous apprennent qu'elle devient de plus en plus importante pour les enjeux territoriaux, économiques et sociaux de nombreuses communautés locales et régionales (Flack, 1997; Schnell et Reese, 2003, 2014; Holtkamp, 2016; Wojtyra et al., 2020; Pachura, 2020; Argent, 2018; Esposti et Fastigi, 2017; Carr et al., 2019; McLaughlin et al., 2016; Nilsson et al., 2019). En effet, divers chercheurs se sont penchés sur la localisation des microbrasseries et leurs liens avec leur espace contextuel local. De plus, certaines recherches ont démontré l'importance que peut avoir cette

industrie au niveau de la revitalisation de quartiers, de la création d'un esprit communautaire fort et d'une identité commune au niveau local et régional.

Depuis la dernière décennie, les microbrasseries émergent sur plusieurs marchés à travers le monde. Ce phénomène n'est pas étranger au Canada et en particulier au Québec, où l'industrie connaît depuis plusieurs années une croissance importante. C'est au tournant des années 1980 que l'industrie microbrassicole au Québec a pris son envol, mais c'est surtout depuis 2015 que l'on note une croissance importante soutenue. Les microbrasseries sur le territoire comptent également pour 15% des parts de marché de l'industrie de la bière et une augmentation est envisageable, alors que l'industrie microbrassicole ne cesse de grandir (Association des microbrasseries du Québec, 2021). Un élément fort intéressant du marché microbrassicole au Québec est sa présence sur presque l'ensemble du territoire. En fait, seule la région du Nord-du-Québec ne compte pas de microbrasseries. De plus, 32% des microbrasseries au Québec sont situées dans des localités de 10 000 habitants et moins, ce qui laisse croire qu'une bonne partie des microbrasseries sont situées en dehors des grands centres, dans les régions périphériques (Association des microbrasseries du Québec, 2021). De ce fait, la géographie éclatée des microbrasseries au Québec mérite que l'on y porte une attention particulière, surtout que les recherches à ce sujet sont inexistantes. Aussi, la présence de nombreuses microbrasseries dans les régions périphériques du Québec suscite un intérêt particulier quant à leur participation au développement local de ces régions.

Ce mémoire étudie l'industrie des microbrasseries au Québec en cherchant à répondre à deux objectifs. Le premier examine la localisation de cette industrie et analyse quels sont les facteurs qui influencent la localisation des microbrasseries dans les régions du Québec

et dans quelles mesures ces facteurs varient entre différentes régions. Le second objectif porte sur le fonctionnement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec et examine sa possible contribution au développement local.

1.2. Contributions et principaux résultats

Les contributions de cette recherche sont multiples. Le second chapitre a comme objectif d'analyser les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries dans la province du Québec. Si les études sur le sujet ont démontré que l'industrie microbrassicole se distribuait dans l'espace de manière inégale, aucune étude à ce jour a tenté de comprendre la répartition spatiale de cette industrie dans le contexte spécifique du Québec. De ce fait, cette recherche constitue un sujet nouveau. L'identification et la compréhension de la concentration spatiale des microbrasseries au Québec permettent de mieux saisir le parcours et le potentiel de développement que prend cette industrie. Au final, ce chapitre permet d'augmenter les connaissances sur ce phénomène et de comprendre les éléments qui interviennent dans le choix de localisation des microbrasseries dans le cas spécifique du Québec.

Les résultats du second chapitre démontrent qu'en fonction du contexte géographique, la localisation des microbrasseries peut suivre différents schémas et être associée à divers facteurs socio-économiques. L'analyse des résultats permet de démontrer que la région locale dans laquelle les microbrasseries sont implantées est plus pertinente que d'autres contextes pour expliquer les facteurs de localisation des microbrasseries. En effet, selon les types de régions (centrales ou périphériques), les caractéristiques socio-économiques des municipalités vont avoir plus ou moins d'impact sur la localisation des microbrasseries.

Le troisième chapitre vise à analyser l'industrie et son fonctionnement dans l'Est du Québec pour essayer de comprendre comment elle contribue au développement de la région. Plus spécifiquement, l'objectif de ce chapitre est de comprendre et décrire les principales activités des microbrasseries pour déceler leur relation avec leur environnement local. L'étude du cas de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec vise à comprendre comment cette industrie contribue au développement local et plus particulièrement dans un contexte de régions périphériques. Dans le cas spécifique de l'Est du Québec, l'industrie microbrassicole représente une industrie émergente qui présente des dynamiques locales nouvelles et qui a le pouvoir de contribuer à sa façon on développement local.

Les résultats du troisième chapitre suggèrent que les microbrasseries de l'Est du Québec émergent selon des processus identitaires et sociaux forts et un attachement soutenu à l'environnement local. L'étude des microbrasseries et de leurs diverses activités dans le contexte local démontre un niveau de développement relativement modeste principalement en raison du faible volume de production de la plupart de ces petites entreprises artisanales et de l'aspect périphérique de leur localisation. De façon générale, ces petites entreprises contribuent à leur façon au développement local notamment par un certain engagement communautaire. Par contre, le développement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec reste difficile à analyser en raison du débalancement au niveau de l'achalandage et des retombées économiques entre la saison touristique et la saison basse.

1.3. Méthodologie de recherche

Dans le cadre de cette étude, une méthodologie de recherche mixte est élaborée : chacun des chapitres utilise une méthode de collecte de données différente appropriée à leur

contexte et à leur réalité. Le second chapitre s'appuie sur la méthode quantitative de l'analyse de données socio-économiques afin de comprendre les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries au Québec. Pour ce faire, une base de données inédite a été construite contenant des statistiques socioéconomiques sur l'ensemble des municipalités du Québec. Pour les municipalités comprenant au moins une microbrasserie, des informations additionnelles y ont été ajoutées tel que leur lieu géographique exact et leur distance par rapport aux principaux marchés du Québec. Pour l'ensemble de la base de données, les statistiques ont été compilées à partir des données du recensement de Statistiques Canada 2016, l'Institut de la Statistique du Québec et la Régie des Alcools, des Courses et des Jeux. Cette base de données permet de créer des modèles d'analyses spatiales à l'aide de régressions logistiques afin de comprendre les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries au Québec.

Le troisième chapitre utilise une méthode de recherche qualitative basée sur des entretiens semi-dirigés, le but étant de comprendre le rôle et les effets locaux de l'industrie microbrassicole sur le développement économique de la région périphérique de l'Est du Québec. Cette méthode de collecte de données permet de rassembler de l'information qui ne peut être collectée par documentation ou par observation. Quinze entretiens ont été réalisés avec des propriétaires de microbrasseries présentes sur la route des bières de l'Est du Québec, soit au Bas-Saint-Laurent, en Gaspésie et aux Îles-de-la-Madeleine. Une analyse de ces données collectées a permis d'identifier des implications théoriques et pratiques qui contribueront à la littérature sur l'apport de nouvelles industries au développement économique des régions périphériques.

1.4. Organisation de recherche

Ce mémoire de recherche se décline en deux grands chapitres qui correspondent à deux articles scientifiques. Le premier article (chapitre 2) a été soumis à *Applied Geography* qui est une revue scientifique à comité de lecture publiée trimestriellement par Elsevier. Cette revue a été choisie en raison des publications récentes d'articles portant sur les facteurs de localisation des microbrasseries dans divers marchés à travers le monde.

Dans le chapitre 2, j'ai réalisé la revue de littérature, effectué les recherches empiriques et rédigé les parties de l'introduction, la revue de littérature, la méthodologie et les conclusions. J'ai construit la base de données qui allait servir à la réalisation des analyses statistiques en collaboration avec mon directeur de recherche et titulaire de la Chaire en innovation et développement régional, David Doloreux. Pour ce qui est de la réalisation des analyses statistiques, celles-ci ont été réalisées par Richard Shearmur, professeur à l'école de planification urbaine de l'université McGill.

Le second article (chapitre 3) a été soumis au *Géographe canadien* qui est une revue à comité de lecture. Dans le cadre de cet article, il a été réalisé par moi-même, sous la supervision de mon directeur de recherche. C'est donc dire que j'ai réalisé la revue de littérature, la collecte de données, l'analyse des résultats et l'écriture de toutes les sections de l'article.

1.5. Structure de la recherche

Ce mémoire de recherche est divisé en trois chapitres qui ont pour but de répondre chacun à un des deux objectifs de la recherche. Le second chapitre vise donc à comprendre les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries au Québec. Il comprend une revue de littérature présentant les divers travaux portant sur les facteurs de localisation des

microbrasseries en plus d'offrir le portrait de l'industrie microbrassicole au Québec. Par la suite, une méthodologie présente les variables et les données utilisées pour l'analyse des facteurs de localisation tout en précisant les méthodes mises de l'avant. L'analyse sert à présenter les résultats empiriques sur la répartition spatiale des microbrasseries au Québec ainsi que les facteurs expliquant leur localisation. Finalement, la conclusion comprend la discussion des résultats, les implications théoriques et pratiques et les diverses limites de l'étude. Pour sa part, le troisième chapitre tente de comprendre l'idée de développement local des communautés périphériques à partir de l'étude de l'industrie des microbrasseries dans la région de l'Est du Québec. La revue de la littérature porte sur les travaux académiques ayant pour but de comprendre les facteurs explicatifs du développement d'une nouvelle industrie et des dynamiques de développement des régions périphériques. Ensuite, la présentation de la région à l'étude est faite, suivie par la méthodologie de recherche en vue d'exposer les principaux résultats des analyses. Finalement, dans la dernière section, les principales conclusions, limites et avenues de recherche de l'étude sont abordées. Le quatrième chapitre présente une conclusion générale et discute les contributions de cette recherche, les limites et les avenues pour des recherches futures.

Chapitre 2 : Les facteurs de localisation des microbrasseries au Québec

2.1. Introduction

La distribution spatiale des activités économiques que l'on connaît aujourd'hui provient d'un long processus historique. En effet, depuis la montée de l'industrialisation, de nombreuses recherches ont démontré l'importance de la localisation pour les industries. L'étude des facteurs de localisation des industries est au cœur d'une réflexion importante en géographie économique. Des phénomènes comme la distribution inégale des activités économiques dans l'espace et la concentration spatiale de certaines industries soulèvent plusieurs questions quant à leur localisation. Il en va d'un grand intérêt d'étudier les facteurs de localisation des industries afin de mieux comprendre le parcours de développement qu'elles prennent tout en identifiant leur potentiel de croissance. Avec l'arrivée de nouvelles industries, il devient d'autant plus important d'étudier leur positionnement dans l'espace, alors que ces dernières introduisent de nouveaux facteurs de localisation provenant notamment des dimensions sociales et culturelles. C'est d'ailleurs le cas de l'industrie microbrassicole qui sera au cœur de cette étude sur les facteurs de localisation.

L'industrie microbrassicole d'aujourd'hui est née de la faible variété de styles de bière sur le marché créant une opportunité pour les microbrasseries offrant un amalgame de produits (Wojtyra et al., 2020). C'est principalement au tournant des années 1980 que les microbrasseries ont grandement commencé à émerger comme résultat d'un cri du cœur pour plus de variété de bières de la part des consommateurs (McLaughlin et al., 2016). La croissance rapide de l'industrie microbrassicole a toujours été inconstante au niveau temporel et spatial attirant l'intérêt de chercheurs dans de nombreuses disciplines telles que

la géographie socioéconomique (Wojtyra et al., 2020). Au fil de l'ascension de l'industrie microbrassicole, quelques chercheurs (Flack, 1997; Schnell et Reese, 2003, 2014; Holtkamp, 2016) ont identifié le rôle vital de la place dans ce secteur en développement rapide.

Ce chapitre étudie la géographie des microbrasseries sur l'ensemble du territoire de la province de Québec au Canada. L'objectif est de comprendre les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries au Québec et vise à répondre à la question suivante : *quels sont les facteurs qui influencent la localisation des microbrasseries dans les régions du Québec*. De plus, ce chapitre cherche à identifier si les facteurs de localisation des microbrasseries varient entre les régions centrales et périphériques.

L'analyse de cette industrie est importante, car malgré sa croissance rapide et sa montée en importance, seulement quelques études ont tenté de comprendre la localisation des microbrasseries dans différents contextes régionaux (Wojtyra et al., 2020; Pachura, 2020; Argent, 2018; Esposti et Fastigi, 2017; Carr et al., 2019; McLaughlin et al., 2016; Nilsson et al., 2019). La plupart des études sur le sujet concernent les marchés américain et européen ne traitant dans aucun cas de l'exemple québécois. L'intérêt porté sur les microbrasseries constitue, de fait, un sujet nouveau. La présente recherche permettra ainsi d'augmenter les connaissances empiriques sur la localisation des microbrasseries et d'examiner les facteurs qui interviennent concrètement dans leur choix de localisation. De plus, le portrait de la structure spatiale de l'industrie de la bière artisanale au Québec permettra d'identifier le potentiel de développement et d'attractivité de cette activité pour le développement économique des régions dans lesquelles elles opèrent.

L'industrie microbrassicole au Québec connaît une croissance importante. En date du 1^{er} juin 2021, 279 permis de brasseurs ont été délivrés sur le territoire de la province du Québec selon la Régie des Alcools, des Courses et des Jeux du Québec (RACJ). Il est toutefois important de noter que ces permis de brasseurs comprennent également les grandes brasseries industrielles internationales comme Heineken, Sapporo ou encore Carlsberg. Par contre, près de 70% des permis sont délivrés pour des microbrasseries québécoises (RACJ, 2021). Depuis 2013, la croissance du nombre de permis émis par rapport à l'année précédente oscille entre 2,9% en 2013 et 11,5% en 2020 pour atteindre son point culminant à 26,7% en 2016. Le nombre de permis de brasseurs au Québec est passé de 105 permis en 2013 à 272 en 2020 (RACJ, 2021). De plus, la consommation de bière artisanale au Québec augmente. En effet, entre 2014 et 2018, la consommation de bière artisanale a augmenté de 8% chez les Canadiens et on note que celle des Québécois est nettement supérieure à la moyenne canadienne (Association des Microbrasseries du Québec, 2021). Au niveau de la répartition spatiale des microbrasseries, on compte des microbrasseries dans l'ensemble des régions du Québec à l'exception du Nord-du-Québec. Cette répartition contribue grandement à la vitalité des régions générant des retombées économiques directes annuelles de près de 216 millions \$ tout en contribuant à la création de plus de 5000 emplois à l'échelle de la province (Association des Microbrasseries du Québec, 2021).

Ce chapitre est structuré de la manière suivante : d'abord une revue de la littérature du secteur des microbrasseries comme sujet d'étude sera présentée suivi d'une recension des divers travaux portant sur les facteurs de localisation des microbrasseries et d'une brève présentation de l'industrie des microbrasseries artisanales au Québec. Par la suite, la méthodologie sera décrite et les variables et les données utilisées pour l'analyse des

facteurs de localisation seront présentées tout en précisant les méthodes mises de l'avant. Le chapitre empirique présente, les résultats sur la répartition spatiale des microbrasseries au Québec ainsi que les facteurs expliquant leur localisation. Finalement, la conclusion comprendra la discussion des résultats, les implications théoriques et pratiques et les limites de l'étude.

2.2. Revue de littérature

2.2.1. Le secteur des microbrasseries comme sujet d'étude

Selon les principaux écrits sur l'industrie de la microbrasserie, il ne semble pas y avoir de définition universelle du terme « microbrasserie » en raison de la diversité entre les pays et de leurs traditions historiques de brassage toutes différentes les unes des autres. En effet, chaque marché brassicole semble avoir sa propre vision de ce qu'est une microbrasserie (Garavaglia et Swinnen, 2018). De plus, la microbrasserie est une industrie nouvelle présentant des dynamiques propres à un secteur nouveau (Esposti et Fastigi, 2017). De ce fait, les dynamiques entourant le secteur microbrassicole évoluent constamment, et ce, sur les divers marchés à travers le monde ajoutant à la difficulté d'imposer une définition universelle de la microbrasserie. Alors que certaines définitions intègrent spécifiquement l'interaction entre l'industrie et son environnement local (Argent, 2018), d'autres se concentrent davantage sur son lien avec le tourisme (Francioni Kraftchick et al., 2014).

La microbrasserie américaine est souvent vue comme une petite brasserie indépendante qui produit entre 15 000 et 6 millions de barils de bière annuellement, alors que le tiers ou plus est vendu en dehors du site ce qui lui confère un caractère plus commercial (Francioni Kraftchick et al., 2014). À contrario, en Italie, la microbrasserie est vue comme une entreprise brassicole qui produit 170 000 barils ou moins par année et sa portance semble

se restreindre au niveau local, voire régional. Les définitions semblent basées sur l'échelle des microbrasseries étant reliée à la grandeur du pays et du marché dans lequel ces dernières opèrent (Garavaglia et Swinnen, 2018).

Au Canada, *l'Association des Microbrasseries Canadiennes* (2022) définit la microbrasserie comme une entreprise qui détient une licence du gouvernement du Canada pour produire de la bière à moins de 400 000 hectolitres par année et qui a une propriété indépendante. Pour ce qui est du Québec, *l'Association des Microbrasseries du Québec* (2021) définit la microbrasserie comme une petite brasserie indépendante qui détient un permis de de brasseur et/ou un permis de production de bière artisanale, où la bière et les produits de la bière sont produits au Québec pour la vente locale et qui ne produisant pas plus de 500 000 hectolitres (en moyenne sur les trois dernières années).

Cependant, la plupart des écrits dans la littérature s'entendent pour dire que de façon générale, la microbrasserie distribue ses produits localement et qu'elle est généralement associée à un lieu géographique en particulier (Carr et al., 2019). Wojtyra et al. (2020), ajoutent que la microbrasserie est associée à une production brassicole de faible taille, au niveau local et qu'elle est une entité innovante qui procure aux consommateurs de nouvelles expériences brassicoles. Elle est aussi généralement reconnue pour l'usage de la culture locale dans son marketing (Carr et al., 2019). Pachura (2020) avance que l'attachement de la microbrasserie au niveau local est grandement dû à la loyauté et l'identité locale des consommateurs microbrassicoles. Il ajoute également que cet aspect local provient souvent d'un attachement au lieu qu'éprouvent les créateurs de la microbrasserie, alors que plusieurs d'entre eux fondent leur microbrasserie dans leur région natale.

En résumé, malgré les différences locales, les microbrasseries peuvent être définies en se référant à des critères tels que la propriété, le processus de production, l'échelle, l'âge et la tradition (Garavaglia et Swinnen, 2018). Elles sont généralement définies comme de petites entités indépendantes qui produisent des quantités limitées de bières uniques, qui adhèrent aux techniques traditionnelles de brassage et qui sont implantées localement.

2.2.2. Les facteurs de localisation des microbrasseries

On retrouve plusieurs études qui analysent les facteurs de localisation de l'industrie des microbrasseries (Wojtyra et al., 2020; Pachura, 2020; Argent, 2018; Esposti et Fastigi, 2017; Carr et al., 2019; McLaughlin et al., 2016; Nilsson et al., 2019; Dennett et Page, 2017; Barajas et al., 2017). Dans l'ensemble, ces auteurs mettent de l'avant que les facteurs de localisation des microbrasseries ne peuvent être analysés exclusivement à la lumière des théories classiques de modèles de localisation définis par Christaller, Weber ou encore Porter en raison du fait qu'il s'agit d'une industrie nouvelle qui requiert la compréhension de nouveaux facteurs de localisation qui émergent constamment (Wojtyra et al., 2020). C'est à partir de ces travaux que les facteurs de localisation des microbrasseries ont été analysés se regroupant en cinq groupes de facteurs distincts : les déterminants de localisation, les déterminants socio-économiques, les déterminants économiques, la compétitivité régionale et les déterminants touristiques. Le tableau 1 présente ces cinq groupes de facteurs.

Tableau 1. Description des facteurs de localisation

Déterminants	Facteurs	Explications	Auteurs
Localisation	Disponibilité des ressources	Importance pour la microbrasserie de se localiser près de la matière première (eau). Unicité des bières produites à partir d'ingrédients locaux.	Argent, 2017, Wojtyra et al., 2020, Pachura, 2020 et Carr et al., 2019
	Proximité au marché	Localisation près des lieux à forte densité de population pour être près du marché et faire face à une grande demande des consommateurs.	Wojtyra et al., 2020, Pachura, 2020, Dennett et Page, 2017 et Esposti et Fastigi, 2017
Socio-économiques	La densité de population	En grande relation avec la proximité au marché, la densité de population sur le territoire est aussi importante étant directement reliée au nombre de consommateurs. La densité de population permet de faire face à une plus grande demande tout en réduisant les coûts reliés au transport.	Wojtyra et al., 2020, Pachura, 2020, McLaughlin et al., 2016, et Nilsson et al., 2019
	Groupes d'âge	La demande au niveau de la bière de microbrasserie est grandement affectée par l'âge. Par exemple, la génération des milléniaux (25-44 ans) est une grande part de la popularité des microbrasseries, alors que cette population a des goûts pour la bière qui sont plus développés.	Wojtyra et al., 2020, McLaughlin et al., 2016, et Barajas et al., 2017
	Niveau d'éducation	Plusieurs études révèlent que le nombre de microbrasseries est plus important dans les régions qui présentent un plus haut niveau d'éducation, car de manière générale, ces régions renferment plus de milléniaux.	Wojtyra et al., 2020, McLaughlin et al., 2016, et Barajas et al., 2017
Économiques	Taux d'entrepreneurs	Les microbrasseries vont avoir tendance à se localiser dans des régions où le taux d'entrepreneurs est élevé représentant des régions créatives où le niveau d'activités économiques est grand.	Wojtyra et al., 2020, McLaughlin et al., 2016, et Barajas et al., 2017
	Niveau de vie	La plupart des microbrasseries vont avoir tendance à se localiser dans des régions où le revenu par habitant est bon, voire élevé. De nombreuses études démontrent que les habitants à haut revenu sont plus susceptibles d'acheter de la bière de microbrasserie qui est plus dispendieuse que la bière dite commerciale.	Wojtyra et al., 2020, McLaughlin et al., 2016 et Barajas et al., 2017
Compétitivité régionale	Nombre de microbrasseries dans la région	Le manque de compétition dans la région est l'un des facteurs les plus importants dans le processus de décision de localisation des microbrasseries. Cependant, certaines études voient la seine compétition comme un avantage amenant une compétition sur les prix, un transfert de connaissances et une concentration accrue des consommateurs.	Argent, 2017, Wojtyra et al., 2020, Esposti et Fastigi, 2017, Carr et al., 2019, Barajas et al., 2017 et Nilsson et al., 2019
Touristique	Achalandage touristique (Attractivité)	Grande importance de la clientèle touristique pour les microbrasseries. Importance des clusters brassicole (régions brassicoles) afin d'inciter les touristes à visiter ces régions. Peu étudié comme facteur de localisation en raison de la difficulté de collecter les données sur l'achalandage touristique.	Francioni Kraftchick et al., 2014 et Nilsson et al., 2019

Le premier groupe de facteurs est associé à la localisation géographique de la microbrasserie, faisant référence à la proximité au marché et à la proximité de la matière première. Ces facteurs se séparent en deux entités distinctes dans la littérature. D'abord, plusieurs auteurs vont associer l'importance de la localisation des microbrasseries à la présence ou la disponibilité de ressources et de matières premières, par exemple l'eau alors que cet ingrédient est hautement important dans la composition de la bière (Argent, 2018; Wojtyra et al., 2020; Pachura, 2020; Carr et al., 2019). Par ailleurs, Argent (2018) ajoute également que la proximité aux ressources ou matières premières permet ainsi à la microbrasserie de produire de la bière à partir d'ingrédients locaux ajoutant ainsi à l'unicité de ces bières. Cependant, les travaux de Wojtyra et al. (2020) apportent une nuance en mettant de l'avant que cette proximité géographique à la matière première est moins importante pour les microbrasseries aujourd'hui alors que les avancées technologiques dans les moyens de transport permettent un accès plus facile. Ils ajoutent qu'en raison de la grande variété de types de bières produites aujourd'hui, les microbrasseries ne peuvent se trouver à proximité de toute la matière première nécessaire.

Ensuite, d'autres auteurs vont accorder une importance particulière à une localisation à proximité du marché. Wojtyra et al. (2020) précisent que les microbrasseries se localisent près des lieux à forte densité de population afin d'être près du marché pour faire face à une grande demande des consommateurs. Pachura (2020) ajoute que le caractère local de la microbrasserie amène la nécessité d'un marché local où la demande est forte. Dennett et Page (2017) montrent que les microbrasseries ont tendance à se localiser dans les quartiers importants de Londres en raison de la proximité des consommateurs et de plusieurs services amenant la création de quartiers brassicoles. Finalement, Esposti et Fastigi (2017) abordent

dans le même sens que leurs confrères alors que la proximité au marché crée un cercle de développement favorable où une plus grande demande va amener une plus grande production créant ainsi de plus grandes économies d'échelle pour l'entreprise.

Le second groupe de facteurs de localisation des microbrasseries identifiées dans la littérature se rapporte aux déterminants socio-économiques en lien avec le total et la variation de la population, les groupes d'âges et le niveau d'éducation. En effet, certains auteurs identifient la densité de population sur le territoire comme un élément très important influençant le choix de localisation des microbrasseries. Wojtyra et al. (2020) ainsi que Pachura (2020) abordent la densité de population comme un facteur de localisation très profitable à la microbrasserie, car cette dernière permet de faire face à une plus grande demande tout en réduisant les coûts liés au transport lui permettant de sécuriser son marché local à travers des économies d'échelles et des faibles coûts de production. McLaughlin et al. (2016) ajoutent que les microbrasseries ont plus de chance de se développer et survivre dans les régions métropolitaines à forte densité de population, puisque selon leur étude, le développement d'une microbrasserie dépend du nombre de consommateurs de bières artisanales qui fréquentent le lieu et pour ce faire, les chances d'accueillir plus de consommateurs sont plus probables dans des régions métropolitaines hautement peuplées.

Outre la densité de population, certains auteurs mettent de l'avant la composition de la population sur le territoire (groupes d'âges et niveau d'éducation) comme un élément important de la localisation des microbrasseries (Wojtyra et al., 2020; McLaughlin et al., 2016; Barajas et al., 2017). Wojtyra et al. (2020) précisent que la demande au niveau de la bière de microbrasserie est grandement affectée par l'âge et le niveau d'éducation. Ce

papier part de la théorie que la génération des milléniaux (25-44 ans) est une grande part de la population qui consomme de la bière de microbrasserie, alors qu'elle a des préférences pour la bière qui sont plus développées et qu'elle bénéficie de plus grands revenus que les générations précédentes, ce qui en fait de plus grands consommateurs de bières artisanales. Toujours selon le même article, il semblerait que le nombre de microbrasseries est plus important dans les régions qui présentent un plus haut niveau d'éducation. Cette affirmation est véridique dans la mesure où de nos jours, il est possible de relier les groupes d'âge et le niveau d'éducation, alors que les milléniaux semblent plus éduqués de manière générale que les générations plus âgées.

L'étude de McLaughlin et al. (2016) appuie ce point, alors qu'elle révèle que les microbrasseries sont plus présentes dans les régions avec une forte proportion de population millénale (25-44 ans) et de gens éduqués. Barajas et al. (2017) arrivent à des conclusions similaires en démontrant qu'un lien important existe entre l'afflux de microbrasseries et la présence d'une grande concentration de jeunes professionnels (25-44 ans) éduqués. D'une manière générale, ces études révèlent que le nombre de microbrasseries est plus important dans les régions qui présentent un plus haut niveau d'éducation et donc, qui renferment également plus de milléniaux.

Le troisième groupe de facteurs renferme deux types de déterminants économiques. Dans un premier temps, les microbrasseries vont avoir tendance à se localiser dans des régions créatives comprenant un haut taux d'entrepreneurs. Selon Wojtyra et al. (2020) et McLaughlin et al. (2016), plus le niveau d'activité économique (mesuré par le taux d'entrepreneurs présents) est grand dans une région, plus cette dernière renfermera des microbrasseries ou sera propice à l'établissement de nouvelles microbrasseries qui

voudront profiter d'un environnement économiquement dynamique pour se développer. Ces auteurs avancent d'ailleurs le lien entre les habitants éduqués et le taux d'entrepreneurs en affirmant que les habitants éduqués ont de plus grandes capacités pour être de bons entrepreneurs et contribuer au développement économique ce qui justifie l'établissement de microbrasseries dans ce type de quartier.

Barajas et al. (2017) adoptent une approche différente justifiant l'établissement de microbrasseries dans des quartiers créatifs. Selon eux, afin de revigorer des quartiers, il est hautement important d'y attirer une population créative et pour ce faire, il faut développer des incitatifs comme la microbrasserie afin d'attirer ce type de résidents. Dans ce cas, la microbrasserie devient un facteur d'attractivité pour l'établissement d'habitants.

Dans un second temps, les principaux écrits sur les facteurs de localisation des microbrasseries précisent que celles-ci vont se localiser dans des régions où le niveau de vie (revenu par habitant) est bon, voire élevé (Wojtyra et al., 2020; McLaughlin et al., 2016; Barajas et al., 2017). L'étude de Aquilani et al. (2015) stipule qu'une grande majorité de consommateurs à haut revenu ont délaissé la bière commerciale pour se tourner vers la bière artisanale. Selon ce qu'affirment Wojtyra et al. (2020), McLaughlin et al. (2016) et Barajas et al. (2017) les habitants à haut revenu sont plus susceptibles d'acheter de la bière de microbrasserie qui est plus dispendieuse que la bière dite commerciale. Cependant, certains résultats démontrent des conclusions différentes. Effectivement, l'étude de McLaughlin et al. (2016) démontre une corrélation négative entre le revenu par habitant et le nombre de microbrasseries sur un territoire.

Les résultats sont similaires pour l'étude de Barajas et al. (2017), alors que l'on va même jusqu'à dire que les microbrasseries aux États-Unis ont tendance à se développer dans des

régions où le revenu par habitant est bas, voir même sur une pente déclinante. Peut-être que ce facteur dépend du marché ou de la région du monde, puisque les résultats sont différents entre l'Europe et les États-Unis. Les études aux États-Unis présentent une corrélation négative entre le revenu par habitant et le nombre de microbrasseries sur un territoire, alors que les hypothèses formulées prédisaient le contraire. Il est possible d'imaginer que ces résultats sont attribuables à un désir des microbrasseries de se localiser dans des régions plus défavorisées pour limiter leurs coûts tout en étant à proximité des régions centrales à l'économie croissante pour pouvoir avoir tout de même un bon bassin de consommateurs.

Le quatrième groupe de facteurs de localisation des microbrasseries est en lien avec la compétitivité régionale, mesurée par le nombre de microbrasseries dans la région (Argent, 2018; Wojtyra et al., 2020; Esposti et Fastigi, 2017; Carr et al., 2019; Barajas et al., 2017; Nilsson et al., 2019). Selon Argent (2018), l'absence de compétition dans la région est l'un des facteurs les plus importants dans le processus de décision de localisation des microbrasseries, puisqu'il s'agit aux dires de l'auteur d'un avantage de faire face à un faible niveau de compétition. Esposti et Fastigi (2017) sont aussi en accord avec ces propos en précisant que les microbrasseries qui compétitionnent pour la même demande des consommateurs vont se retrouver avec des coûts de production plus élevés (faute d'économies d'échelles), et donc de plus faibles revenus.

À contrario, plusieurs auteurs voient la compétition présente sur un territoire entre les microbrasseries comme quelque chose de positif au développement de l'industrie. Wojtyra et al. (2020) sont d'avis que la concentration géographique des microbrasseries sur un territoire apporte de nombreux avantages au niveau de la production et de la demande,

notamment une bonne compétition sur les prix. Carr et al. (2019) et Barajas et al. (2017) sont probablement les auteurs les plus favorables à la concentration géographique des microbrasseries en affirmant que ce regroupement permet de favoriser l'échange de connaissances et la collaboration entre les producteurs. En effet, la proximité entre les microbrasseries permet d'offrir une grande variété de choix sur un petit territoire favorisant le rassemblement de nombreux consommateurs.

Finalement, le cinquième et dernier groupe de facteurs de localisation des microbrasseries porte sur les déterminants touristiques, donc sur l'importance de la clientèle touristique et des activités rattachées. Dans l'ensemble des articles recueillis sur les facteurs de localisation des microbrasseries, seulement l'article de Nilsson et al. (2019) aborde la question du tourisme brassicole. Ces auteurs avancent que le tourisme brassicole est hautement important pour le développement des régions brassicoles et c'est pour cela que selon eux, les microbrasseries ont tout intérêt à favoriser une localisation en région touristique afin d'inciter les touristes à visiter ces lieux. Aujourd'hui, le tourisme est une grande part de la clientèle des microbrasseries à travers le monde, alors que les touristes vont visiter ces lieux pour vivre l'expérience microbrassicole, pour avoir du plaisir, pour socialiser et pour pouvoir consommer des bières uniques (Francioni Kraftchick et al., 2014). Il est tout de même surprenant de constater qu'un élément aussi important pour les microbrasseries ne soit pas plus mentionné ou pris en considération dans les études sur les facteurs de localisation des microbrasseries. Cette absence d'un facteur de localisation en lien avec l'achalandage touristique dans les diverses études peut s'expliquer par le manque

de données et la difficulté de recueillir des données sur les flux touristiques dans les régions¹.

Les cinq groupes de facteurs de localisation des microbrasseries représentent les facteurs principaux qui expliquent la localisation géographique de ces entreprises. La question se pose à savoir si ceux-ci peuvent être également pertinents pour l'analyse géographique d'autres industries. Ces facteurs sont aussi à quelques exceptions près, ceux qui seront retenus dans le cadre de la présente étude. D'autres facteurs de localisation présents dans la littérature ont été analysés, mais ne figurent parmi aucun groupe de déterminants retenus². De ceux-ci, on retrouve notamment le choix familial pour la qualité de vie et le désir de participer au développement local figurant dans l'étude d'Argent (2018), les aspects historiques du lieu, les croyances religieuses et l'ethnicité dans l'étude de Wojtyra et al. (2020) et les facteurs locaux et l'unicité du lieu dans l'étude de Pachura (2020).

2.2.3. Les facteurs de localisation et les théories classiques de localisation

Il est important de comparer les facteurs de localisation des microbrasseries aux théories classiques des modèles de localisation développés par Weber, Christaller et Porter afin d'observer le positionnement que peut prendre une nouvelle industrie par rapport à ces théories. Tout d'abord, le modèle théorique de Weber réfère à la proximité au marché et à la concentration spatiale des industries. Selon lui, l'agglomération de plusieurs entreprises spécialisées dans différents secteurs permet de servir les besoins au niveau local (Capello,

¹ Par exemple, au Québec, il n'existe aucune donnée fiable et valide sur l'achalandage touristique par municipalité ce qui rend difficile la justification d'un facteur de localisation des microbrasseries en lien avec le tourisme (Bourdeau, 2021).

² La présente étude ne traite pas de certains facteurs identifiés dans la littérature en raison d'une sélection accrue de facteurs jugés plus adaptés et pertinents à la réalité brassicole québécoise. En effet, les facteurs non retenus sont pour la plupart non adaptés à cette étude et seront justifiés dans la méthodologie.

2021). À titre comparatif, la littérature sur les facteurs de localisation des microbrasseries démontre que la localisation est aussi importante pour ces entreprises, alors qu'elles vont pour certaines chercher à se localiser près de la matière première et à proximité au marché pour réduire les coûts de transport et pour avoir accès à une plus grande demande. Toutefois, dans la mesure où les microbrasseries représentent une industrie nouvelle en plein essor et qu'elles sont des entreprises de petite envergure, les théories de localisation qu'elles soutiennent peuvent ne pas s'apparenter à la théorie classique de Weber. En effet, certaines microbrasseries ne vont pas nécessairement tenter de se localiser à proximité du marché ou à proximité des divers intrants de la chaîne de valeurs en raison du fait que leur choix de localisation peut venir autant d'un choix purement relié à la stratégie économique, qu'un choix personnel au niveau familial ou encore un désir de participer au développement local de leur région.

Ensuite, la théorie des places centrales de Christaller fait référence à des systèmes urbains offrant un amalgame de services et de biens favorisant une commercialisation accrue dans les centralités amenant les entreprises à développer une sphère d'influence au niveau spatial (Fischer, 2011). Dans sa théorie sur la centralité, Christaller accorde une grande importance au rayon d'influence des entreprises. C'est également le cas pour les microbrasseries dans leur choix de localisation, alors qu'elles veulent en partie être à proximité du marché, donc être facile d'accès en plus de vendre, pour la plupart, à l'extérieur de la microbrasserie dans le but d'aller chercher une plus grande sphère d'influence. Notons que les microbrasseries sont de petites entreprises qui par conséquent ne nécessitent pas un aussi gros marché que certaines entreprises pour être rentables. C'est

pour cette raison que l'on peut retrouver des microbrasseries localisées en région périphérique qui auront tout de même une sphère d'influence acceptable.

Pour sa part, la théorie de Porter sur l'économie de la compétition stipule que la compétitivité est améliorée lorsque les firmes sont géographiquement concentrées les unes près des autres (Porter, 1998). La théorie de Porter sur les clusters et la compétitivité peut s'apparenter aux facteurs de localisation des microbrasseries alors que certaines études voient la saine compétition comme un avantage amenant une compétition sur les prix, un transfert de connaissances et une concentration accrue des consommateurs. Cependant, dans la plupart des cas, la littérature sur les facteurs de localisation des microbrasseries voit la compétitivité comme un désavantage plutôt qu'un avantage. Les microbrasseries sont tentées de se localiser dans des lieux où le niveau de compétitivité est faible plutôt que dans des lieux à forte concentration d'entreprises brassicoles. La différence peut s'expliquer par le fait que les microbrasseries ne sont pas des entreprises technologues ou innovantes d'envergure. Oui, elles innoveront dans le domaine brassicole, mais elles se développent majoritairement grâce à leur revenu souvent obtenu des consommateurs locaux et des touristes. Donc, pour ces entreprises, une plus grande compétition rime avec des revenus souvent moins élevés.

À la lumière de cette discussion, il n'y a pas qu'une approche ou stratégie qui permet de comprendre la localisation d'une industrie nouvelle comme celle des microbrasseries et c'est pour cette raison de nouveauté qu'il faut nuancer le lien entre les théories classiques et la présentation de ces facteurs bien précis. Ce qui ressort de cette revue de la littérature qui est valable pour l'industrie des microbrasseries est qu'un facteur ne peut à lui seul expliquer une localisation d'industrie. Le choix de localisation de l'industrie peut être la

résultante d'un nombre plus ou moins grand de facteurs dont le poids et la diversité peuvent varier d'un cas à l'autre.

2.2.4. Le contexte géographique des études sur les facteurs de localisation dans les microbrasseries

À travers la recension des travaux sur les facteurs de localisation des microbrasseries, il est aussi important de noter et de comprendre que ces études portent sur des contextes régionaux et nationaux spécifiques, alors qu'elles prennent place en Europe, en Australie et aux États-Unis. Les études aux États-Unis soient celles de Carr et al. (2019); McLaughlin et al. (2016); Barajas et al. (2017); Nilsson et al. (2019) utilisent une échelle géographique métropolitaine. Par exemple, l'étude de Carr et al. (2019) étudie beaucoup les grappes et réseaux microbrassicoles métropolitains dans les régions de Denver, Dallas, Houston, Los Angeles et Chicago. Ces auteurs utilisent deux sources de données principales soient la localisation des microbrasseries et la population afin de démontrer sous forme d'analyse spatiale que la localisation des microbrasseries se calque presque parfaitement aux foyers de population métropolitains. Pour leur part, l'étude de McLaughlin et al. (2016) produit une analyse de 361 régions métropolitaines aux États-Unis. Fait intéressant, ces auteurs conduisent leur analyse en utilisant le nombre de microbrasseries comme variable dépendante et la population comme variable indépendante leur permettant d'estimer l'impact de la population sur le nombre de microbrasseries présentes dans les différentes régions métropolitaines. Ces études prenant place aux États-Unis permettent de constater l'orientation commerciale et la maximisation de volume entourant le développement des microbrasseries américaines, ce qui n'est pas le cas dans les autres régions du monde.

D'autres études ont été réalisées en Europe, notamment en Italie, en Pologne, en République Tchèque, en Slovaquie et au Royaume-Uni (Wojtyra et al., 2020; Pachura, 2020; Dennett et Page, 2017; Esposti et Fastigi, 2017). Ces travaux diffèrent grandement de ceux produits aux États-Unis dans la mesure où l'échelle géographique utilisée est plus régionale oscillant entre les milieux urbains, périurbains et ruraux. Par exemple, l'étude de Wojtyra et al. (2020) analyse les facteurs de localisation des microbrasseries au niveau régional en Pologne, en République Tchèque et en Slovaquie. En se concentrant sur 95 « NUTS 3 » (nomenclature territoriale pour les statistiques, où NUTS 1 représente un grand territoire avec peu de détails et NUTS 3 représente un petit territoire avec beaucoup plus de détails) entités au niveau régional dans les trois pays. Cette étude prouve aussi que les facteurs de localisation des microbrasseries varient selon les régions du monde et que certains facteurs ont plus de poids dans certaines régions par rapport à d'autres. L'étude de Dennett et Page (2017) est la seule au niveau européen qui porte sur une métropole d'envergure, et plus spécifiquement sur deux quartiers de la ville de Londres en Angleterre. L'étude d'Argent (2018) en Australie utilise une échelle géographique rurale qui diffère largement des études aux États-Unis et en Europe. En effet, dans son étude, il se concentre sur la présence de microbrasseries dans des régions éloignées des grands centres urbains et des milieux à caractère métropolitain. La disposition des microbrasseries en Australie semble se rapprocher grandement de ce que nous observons au Québec, alors que plusieurs microbrasseries sont situées dans des grandes villes comme Sydney et Melbourne, mais de nombreuses microbrasseries se retrouvent dans des petites localités peu peuplées en milieu rural.

Dans le contexte du Québec, certains facteurs spécifiques devraient être pris en considération. Le Québec est une grande province avec au moins deux types d'environnement distinct (ne prenant pas en compte le Grand Nord québécois qui serait le troisième). D'un côté, nous avons les milieux urbains du sud de la province qui comprend le corridor Québec-Ottawa en passant par Montréal. Le long de ce corridor de 400km, nous retrouvons certaines autoroutes, des villages, des activités agricoles et certaines industries. Ces régions renferment aussi plusieurs résidences secondaires, des centres de ski et d'autres destinations pour les habitants de la ville. De l'autre côté, il y a les régions qui se localisent à plus de 100km de distance des régions métropolitaines. Ces régions sont traditionnellement appelées les régions ressources desquelles Shearmur et Polèse (2007) ont démontré leurs différences en termes de structures industrielles et de connexions avec les régions métropolitaines. Ces régions sont peuplées de quelques centres régionaux (d'environ 15 000 à 150 000 habitants) normalement à au moins 200 à 300 km l'un de l'autre. Entre ces centres régionaux, on retrouve des villages qui vivent d'industries ressources (foresterie, pêche, minière et agriculture), de fabrications et du tourisme.

En raison des contextes sociaux, économiques et démographiques différents de ces deux types d'environnements, l'hypothèse à laquelle les microbrasseries ne suivront pas nécessairement la même logique de localisation est soulevée.

2.2.5. Portrait de l'industrie de la microbrasserie au Québec

Les microbrasseries au Québec se sont mises en place lors de trois périodes majeures. La première période eut lieu entre 1987 et 1991 avec l'ouverture de microbrasseries emblématiques comme Golden Lion Brewery, les Brasseurs du Nord, les brasseries Le Cheval Blanc et McAuslan pour ne nommer que celles-ci. Il s'agissait alors de

l'établissement, sur le territoire québécois, des premières microbrasseries offrant des produits plus diversifiés que les grands brasseurs commerciaux. La seconde période a débuté en 1994 marquant l'ouverture de nouvelles microbrasseries, mais surtout la forte concurrence des grandes brasseries notamment avec l'achat d'Unibroue par la brasserie Sleeman. Malgré de nombreuses fusions orchestrées par les géants de l'industrie, le nombre de microbrasseries a continué de croître depuis le début des années 2000. En effet, avant l'an 2000, c'est 15 microbrasseries que l'on retrouvait au Québec, alors qu'en 2010, ce chiffre grimpe à 37 microbrasseries œuvrant à l'intérieur des frontières de la province (Groupe DDM, 2018). La troisième période fut marquée par l'ascension de l'industrie brassicole que l'on connaît aujourd'hui au Québec débutant réellement en 2011. Celle-ci peut paraître un peu complexe, alors que plusieurs types de brasseries la composent. D'abord, cette industrie brassicole est séparée en deux parties soit d'un côté les brasseries industrielles et de l'autre côté les brasseries artisanales. Du côté des brasseries industrielles, nous retrouvons les grandes brasseries comme Molson, Labatt et Sleeman et les microbrasseries industrielles qui sont de grandes microbrasseries souvent axées sur la distribution à grande échelle, donc sur l'ensemble de la province, et ce à plus grand volume que les microbrasseries artisanales locales. Effectivement, du côté des brasseries artisanales, on retrouve les microbrasseries artisanales qui sont généralement les broues-pub, de petites microbrasseries qui vendent généralement seulement au niveau local et à de faibles volumes (Groupe DDM, 2018).

La croissance de l'industrie microbrassicole du Québec est due à plusieurs facteurs, notamment l'intérêt des consommateurs pour l'achat local et leur désir de consommer de nouveaux produits qui se différencient des produits brassicoles plus classiques et

commercial. D'autres facteurs qui expliquent la croissance de l'industrie au Québec sont la proximité entre le producteur et le client ainsi que le fait de miser sur un sentiment d'appartenance régional (nom de la bière, intrants locaux, etc). Les microbrasseries contribuent à l'économie québécoise en grande partie en raison de leur capacité de différenciation alors que la plupart d'entre elles développent entre six et trente variétés de bières annuellement (Étude économique et fiscale sur l'industrie microbrassicole au Québec, 2018).

Malgré le fait que les microbrasseries représentent seulement 15% des parts de marché de l'industrie de la bière au Québec, une augmentation de ces parts est envisageable alors que l'industrie microbrassicole ne cesse de grandir. En effet, alors qu'en 2015 on retrouvait 131 permis de brasseurs émis sur le territoire de la province, c'est 272 permis émis que l'on répertorie en 2020, ce qui représente plus du double des permis émis en seulement cinq ans (Association des microbrasseries du Québec, 2021). La bonne santé de l'industrie microbrassicole au Québec peut certes s'expliquer par la création de nouvelles microbrasseries depuis 2015, mais aussi par le faible nombre de révocations de permis. Depuis 2015, 10 propriétaires de permis de brassage ont révoqué leur permis, alors que pour la même période, c'est 154 émissions de permis qui ont été enregistrées.

De ce fait, on retrouve actuellement 50 000 habitants par microbrasserie en moyenne au Québec. La Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, le Saguenay-Lac-Saint-Jean et la Mauricie affichent une concentration plus élevée, alors qu'on y retrouve une microbrasserie par 20 000 habitants. À l'inverse, Laval, l'Outaouais et la Côte-Nord sont les régions qui accueillent le moins de microbrasseries proportionnellement à la taille de leur population (Groupe DDM, 2018). Un élément important est de constater que toutes les régions

administratives du Québec comptent des microbrasseries à l'exception de la région du Nord-du-Québec. Chiffres encore plus impressionnants, 32% des microbrasseries répertoriées au Québec se retrouvent dans des localités de 10 000 habitants et moins. C'est donc souvent en région et à l'extérieur des grands centres que l'on retrouve une grande proportion des microbrasseries au Québec (Association des microbrasseries du Québec, 2021). La géographie du territoire brassicole au Québec est unique au monde justifiant ainsi la pertinence d'une étude sur les facteurs de localisation.

L'objectif central de ce chapitre est de faire le portrait de la géographie de l'industrie microbrassicole au Québec. Trois questions sont explorées :

- 1) Quels sont les facteurs qui influencent la localisation des microbrasseries dans les régions du Québec? En d'autres mots, quels sont les éléments attractifs des municipalités qui renferment au moins une microbrasserie en 2021? La revue de littérature révèle qu'il n'y a pas d'approche unique permettant de comprendre la localisation des microbrasseries. Les facteurs importants semblent être la proximité au marché, la densité de population, le niveau de vie, l'activité touristique et le niveau d'éducation. L'association entre ces facteurs et la présence de microbrasseries sera explorée dans l'analyse.
- 2) Est-ce que ces facteurs varient entre les régions centrales et les régions périphériques? Toutefois, la proximité au marché et aux régions métropolitaines semble être un facteur de localisation important pour plusieurs microbrasseries. De nombreuses microbrasseries au Québec sont localisées loin des régions métropolitaines. Il sera donc intéressant

d'analyser si les mêmes facteurs sont associés à la localisation des microbrasseries entre les deux types de régions.

- 3) Est-ce que les microbrasseries ont tendance à se regrouper en grappes? Est-ce que les municipalités qui renferment au moins une microbrasserie sont situées dans une région locale comprenant d'autres microbrasseries?

2.3. Méthodologie

2.3.1. Variables

Dans le cadre de cette étude, la stratégie quantitative de l'analyse de données a été utilisée afin de comprendre les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries au Québec. Cette méthode de recherche pourrait aussi permettre de déceler des tendances régionales de localisation. Pour ce faire, une base de données contenant des statistiques a été construite, à l'aide du logiciel Excel. La stratégie quantitative de l'analyse de données, dans ce cas précis, a été développée selon deux aspects. Le premier est une base de données qui renferme des statistiques socioéconomiques sur l'ensemble des municipalités du Québec. Pour l'ensemble, ces statistiques ont été compilées grâce aux sources documentaires de statistique Canada et de l'Institut de la Statistique du Québec. Pour le second aspect, les municipalités qui avaient une microbrasserie ont été identifiées. Pour identifier les microbrasseries, les données de la Régie des Alcools, des Courses et des Jeux (RACJ) ont été utilisées. Selon cette source, en date de juin 2021, 279 permis de brasseurs avaient été délivrés au Québec. De ce nombre, tous les permis qui avaient été délivrés plus d'une fois à la même adresse ont été retirés en plus de tous les grands brasseurs commerciaux comme Labatt, Molson et Sleeman ainsi que les distributeurs qui distribuent les grandes marques de brasseurs internationaux comme Heineken et Sapporo. Au final,

c'est un total de 194 microbrasseries québécoises qui ont été répertoriées dans la base de données, et ce pour l'ensemble du territoire du Québec. Cette base de données renferme des données socioéconomiques sur l'ensemble des municipalités du Québec et des municipalités où se localisent les microbrasseries.

La base de données construite renferme cinq catégories de variables. La première comprend les déterminants de localisation, donc la présence de microbrasseries ou non dans les diverses municipalités de la province en plus de leur distance par rapport aux principaux marchés de Montréal, Québec, Ottawa et de la ville régionale la plus près. La seconde catégorie comprend les déterminants socio-économiques comme la population totale de 2016 et la variation de population entre 2011 et 2016. Aussi, cette catégorie comprend la population milléniale, la population d'âge moyen et le nombre de diplômés post secondaire pour l'année 2016. La troisième catégorie de variables porte sur les déterminants économiques renfermant le taux d'emploi (2016) pour chaque municipalité et l'indice de vitalité économique (2016) qui représente une moyenne géométrique de trois variables à savoir, le marché du travail, le niveau de vie et le dynamisme démographique. On retrouve aussi dans cette catégorie, le revenu individuel médian en 2016 et la population en âge de travailler pour cette même année. La quatrième catégorie de variables traite du déterminant de la compétitivité comprenant la compétitivité régionale identifiée par le nombre de microbrasseries que l'on retrouve dans la région locale entourant chaque municipalité. Finalement, la cinquième catégorie de variables renferme les déterminants touristiques compris sous le recensement du nombre d'emplois dans les domaines des arts, des spectacles, des loisirs, des services d'hébergement et de la restauration. La compilation des emplois dans ces domaines représente la source la plus fiable afin de démontrer

l'importance que la clientèle touristique a dans le choix de localisation des microbrasseries. La majorité des données recensées sont au niveau municipal, mais certaines données sont au niveau régional. La différence d'échelle géographique entre certaines données ne pose aucun problème puisque seulement deux données sont répertoriées au niveau régional permettant d'avoir une idée d'ensemble sur la région et non seulement sur une municipalité en particulier.

Dans le cadre de notre étude sur les facteurs de localisation des microbrasseries au Québec, nous jugeons important d'y inclure les déterminants touristiques comme catégorie de facteurs de localisation en raison de l'importance de ce secteur d'activité pour le développement et la prospérité des microbrasseries sur l'ensemble du territoire de la province. Il est grandement difficile en raison d'un manque d'information de justifier la localisation d'une microbrasserie dans une région par l'apport touristique dont elle bénéficie, mais sans être une source sûre de localisation, l'achalandage touristique est économiquement important pour de nombreuses microbrasseries à travers le monde et au Québec (Francioni Kraftchick et al., 2014). De plus, tel que mentionné dans la revue de littérature, certains facteurs de localisation identifiés dans la littérature ne figurent pas dans cette étude en raison de leur inconformité. En effet, des facteurs comme le choix familial et le désir de participer au développement local ne peuvent être quantifiables dans une étude quantitative basée sur la construction d'une base de données statistique. Cette base de données permettra d'estimer des modèles d'analyse afin de comprendre les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries au Québec.

Tableau 2. Définition des variables (mesurées pour chaque municipalité)

Variable	Définition	Échelle géographique	Année	Source
<i>Déterminants de localisation</i>				
Micro	1 s'il y a au moins une microbrasserie dans la municipalité, 0 s'il n'y en a pas	Municipale	2020	www.racj.gouv.qc.ca
Distance de la région métropolitaine	Distance de la microbrasserie (en km) par rapport à la région métropolitaine la plus près (Montréal, Québec, Ottawa)	Régionale	2020	www.racj.gouv.qc.ca
Proximité d'une municipalité régionale	1 si la microbrasserie est à une distance de 75km et moins d'un centre régional, 0 si la distance est supérieure.	Régionale	2020	www.racj.gouv.qc.ca
<i>Déterminants socio-économiques</i>				
Population totale 2016	Nombre d'habitants en 2016	Municipale	2016	https://www12.statcan.gc.ca
Croissance de la population	Croissance du nombre d'habitants entre 2011 et 2016	Municipale	2016	https://www12.statcan.gc.ca
Population des milléniaux	Nombre de personnes dans le groupe 25-44 ans en 2016	Municipale	2016	https://www12.statcan.gc.ca
Population d'âge moyen	Nombre de personnes dans le groupe 45-64 ans en 2016	Municipale	2016	https://www12.statcan.gc.ca
Niveau d'éducation	Nombre de personnes avec un diplôme d'éducation post secondaire en 2016.	Municipale	2016	https://www12.statcan.gc.ca
<i>Déterminants économiques</i>				
Indice de vitalité économique	La moyenne géométrique des variables normalisées de trois indicateurs, à savoir le taux de travailleurs, le revenu total médian des particuliers et le taux d'accroissement annuel moyen de la population sur cinq ans	Municipale	2016	https://statistique.quebec.ca
Taux d'emploi	Taux des travailleurs de 25 à 64 ans représentant le nombre de travailleurs par rapport à la population totale en 2016	Municipale	2016	https://statistique.quebec.ca
Revenu médian	Revenu individuel médian en 2016	Municipale	2016	https://statistique.quebec.ca
Taux de participation	Population en âge de travailler en 2016	Municipale	2016	https://statistique.quebec.ca
<i>Déterminant de la compétitivité</i>				
Smicro_1	1 s'il y a au moins une autre microbrasserie dans la région locale entourant la municipalité	Régionale	2020	https://statistique.quebec.ca
Smicro_2	1 s'il y a au moins deux autres microbrasseries dans la région locale entourant la municipalité	Régionale	2020	https://statistique.quebec.ca
<i>Déterminants touristiques</i>				
Activités culturelles	Le nombre d'emploi au niveau municipal dans les secteurs des arts, des spectacles et des loisirs	Municipale	2016	https://www12.statcan.gc.ca
Activités touristiques	Le nombre d'emploi au niveau municipal dans les secteurs de l'hébergement et de la restauration	Municipale	2016	https://www12.statcan.gc.ca

2.3.2. Approche analytique³

L'approche de base consiste à effectuer des régressions logistiques avec la variable *micro* comme variable dépendante et toutes les autres variables comme variables indépendantes. D'abord, quatre éléments doivent être abordés avant que cette approche puisse être mise en œuvre.

Premièrement, le Québec compte 1150 municipalités et la plupart d'entre elles sont petites. Il n'est pas clair si la présence d'une microbrasserie est influencée par les caractéristiques de la municipalité dans laquelle elle se trouve ou par les caractéristiques de la région (incluant la municipalité). Afin d'adresser cette question, toutes les variables sont évaluées en étant centrées sur les municipalités cibles, allant par incréments de 5km, en débutant à 0km (c'est-à-dire, la municipalité cible elle-même) jusqu'à 50km (c'est-à-dire, toutes les municipalités ayant leur centre à moins de 50km de distance de la municipalité cible). Les variables sont recalculées pour la zone élargie, sauf pour la *vitalité économique* et le *revenu médian*, pour lesquels des moyennes pondérées sont calculées (pondérées par la population). Les deux variables de distance restent inchangées.

Deuxièmement, de nombreuses variables du tableau 2 sont statistiquement associées. Par conséquent, avant de les inclure en tant que variables indépendantes dans l'analyse de régression, les composantes principales sont extraites, suivies d'une rotation orthogonale. Alors que les variables sont recalculées au fur et à mesure que l'on s'éloigne de la municipalité cible vers des régions de plus en plus larges, les composantes principales sont réévaluées à

³ L'analyse des régressions logistiques a été effectuée par Richard Shearmur et David Doloreux en raison d'une familiarité avec cette procédure.

chaque régression. Cependant, afin de simplifier l'interprétation, le même nombre de composantes est extrait pour chaque régression, soit 4.

Ainsi, le modèle de base exploré est le suivant :

$$Micro = f(comp.1, comp.2, comp.3, comp.4) + f'(dist. metro, municipalité régionale) \quad (1)$$

Où *micro* est une variable dichotomique égale à 1 s'il existe une microbrasserie, *comp1* à *comp4* sont les principales composantes dérivées des variables du tableau 1, *metro* est la racine carrée de la distance à la zone métropolitaine la plus proche, et la *municipalité régionale* est une variable fictive égale à 1 si la distance à une ville régionale est de 75km ou moins.

Le troisième élément à considérer est l'hypothèse émise selon laquelle les facteurs de localisation peuvent différer entre les régions centrales et les régions périphériques. Ainsi, la régression (1) est appliquée à l'ensemble du Québec (1150 municipalités), mais aussi séparément aux municipalités centrales (n=568) et périphériques (n=582). Ici aussi, les composantes principales sont extraites séparément pour chaque analyse, puisque les variables peuvent se regrouper différemment dans les contextes centraux et périphériques.

Quatrièmement, dans les analyses qui considèrent les régions centrales centrées sur les municipalités (0km), la présence d'autres microbrasseries dans une région centrale serait un indicateur de regroupement si elle était associée à la présence d'une microbrasserie dans les municipalités cibles. Toutefois, elle ne peut être considérée comme une variable explicative indépendante de la présence d'une microbrasserie, puisque la présence d'autres microbrasseries dans la région locale sera explicable par les variables indépendantes déjà présentes dans le modèle. Lorsque les régions centrées sur les municipalités sont considérées, un second modèle est exploré :

$$Micro = f(comp.1, comp.2, comp.3, comp.4) + f'(dist. metro, municipalité regionale) + f''(smicro_x) \quad (2)$$

Où, *micro_x* est une variable dichotomique égale à 1 s'il y a au moins une (*smicro_1*) ou au moins 2 (*smicro_2*) microbrasseries dans la région locale entourant la municipalité. Le seul but de ce modèle est d'identifier le possible regroupement des microbrasseries.

Dans ce cadre, quatre ensembles de résultats sont présentés. D'abord, il s'agit d'examiner comment la puissance du modèle explicatif (telle qu'estim e par le Nagelkerke r^2) varie à mesure que le contexte pour lequel les variables sont calcul es s'étend de la municipalité elle-même aux régions locales centr es sur chaque municipalité. Ensuite, le modèle local est présenté, soit les résultats pour des variables mesur es uniquement au sein de la municipalité cible. De plus, les résultats pour le modèle régional ayant le pouvoir explicatif le plus fort sont présentés. Un ensemble spécifique de composantes principales est associé à chaque modèle : celles-ci sont pr sent es à l'annexe A. Les variables qui pèsent fortement sur chaque composante sont indiqu es dans les principaux tableaux des résultats (tableaux 4 et 5). Enfin, après avoir contrôlé toutes les variables du modèle régional, il est possible d'examiner si les microbrasseries ont tendance à se regrouper.

2.4. Résultats

2.4.1. Statistiques descriptives et associations directes

Il existe des différences notables entre les municipalités qui renferment des microbrasseries et celles qui n'en ont pas (tableau 3), et ces différences sont similaires que les municipalités soient regroup es ou s par es en municipalités centrales et périphériques. Les municipalités avec des microbrasseries sont plus grandes, se développent plus rapidement, ont tendance à avoir une population plus jeune (25-44 ans) et moins de personnes plus  g es (45-64 ans), une population

plus éduquée, plus d'emplois dans l'hôtellerie, des revenus plus élevés, un plus haut taux de personnes à l'emploi et une plus grande vitalité économique que les municipalités sans microbrasserie. Ces entreprises ont également tendance à être plus près des marchés, étant mesuré par la distance à une zone métropolitaine. Ce n'est qu'en périphérie que les municipalités qui possèdent des microbrasseries ont tendance à être plus près des marchés régionaux.

Si une approche spatiale est adoptée, c'est-à-dire, si les municipalités ne sont pas considérées comme des unités indépendantes, mais comme faisant partie d'une région locale composée de toutes les municipalités dans un certain rayon, les résultats sont similaires (tableau 3). Il existe une preuve, à première vue, du regroupement des microbrasseries, puisque les municipalités ayant au moins une microbrasserie sont plus susceptibles de se trouver dans des régions locales ayant au moins une autre microbrasserie. Dans les régions centrales du Québec, les microbrasseries sont également susceptibles de se trouver dans des régions locales comptant au moins deux autres microbrasseries.

Tableau 3. Variables utilisées pour l'analyse. Valeurs moyennes et comparaison pour les municipalités avec et sans microbrasserie

Unité: municipalité				Toutes			Centrales			Périphériques		
Variable	Description	n		Avec	Sans	Test-T	Avec	Sans	Test-T	Avec	Sans	Test-T
				121	1029		76	492		45	537	
Taille	log population 2016			9.11	7.04	***	9.25	7.47	***	8.87	6.65	***
Croiss	Croiss pop 2011-16			1.8%	-0.5%	***	3.4%	1.5%	**	-0.8%	-2.4%	**
Ed	% pop avec études postsecondaires			33.1%	20.4%	*	38.8%	23.0%	n	23.2%	17.9%	***
J	% pop 25 à 44 ans			22.7%	21.6%	***	23.2%	22.3%	n	21.8%	20.9%	*
Vieux	% pop 45 à 64 ans			31.2%	32.8%	***	30.8%	32.3%	***	31.7%	33.2%	***
Vital	Taux d'emploi (% des gens à l'emploi en âge pour)			73.6%	71.0%	***	75.7	73.9%	**	70.0%	68.3%	n
Emp	Indice de vitalité			3.24	-0.49	***	5.5	2.4	***	-0.65	-3.13	***
Act	Taux d'activité (% de population avec un emploi)			49.2%	48.1%	**	50.5%	50.1%	n	47.0%	46.2%	n
Rev	Revenu médian 18 à 64 ans			\$ 33,250	\$ 30,668	***	\$ 34,685	\$ 32,378	***	\$ 30,826	\$ 29,101	***
Cult	% d'emploi en arts et culture			2.0%	1.9%	n	2.1%	1.9%	n	1.9%	1.9%	n
Hôt	% d'emploi en hôtellerie			7.3%	5.7%	***	6.7%	5.5%	***	8.4%	6.0%	***
	Racine carrée de la distance à la zone met la plus près			9.8	12.0	***	6.7	7.6	***	15.0	16.1	n
	% à moins de 75km d'une ville régionale			34.7%	35.7%	n	21.1%	27.4%	n	57.8%	43.2%	*
Unité: région locale centrée sur la municipalité				Toutes - rayon 20km			Centre - rayon 10km			Périphérie - rayon 10km		
Variable	Description	n		Avec	Sans	Test-T	Avec	Sans	Test-T	Avec	Sans	Test-T
				121	1029		76	492		45	537	
Taille	log population 2016			10.99	9.73	***	10.24	8.97	***	9.10	7.30	***
Croiss	Croiss pop 2011-16			2.2%	0.1%	***	4.1%	1.9%	***	0.0%	-2.2%	**
Ed	% pop avec études postsecondaires			26.5%	21.3%	***	27.8%	23.1%	***	23.4%	17.6%	***
J	% pop 25 à 44 ans			23.4%	22.0%	***	23.7%	22.5%	**	21.6%	21.0%	n
Vieux	% pop 45 à 64 ans			30.8%	31.7%	***	30.6%	31.8%	***	32.0%	32.9%	*
Vital	Taux d'emploi (% des gens à l'emploi en âge pour)			73.9%	71.5%	***	76.1%	73.8%	***	69.9%	68.4%	n
Emp	Indice de vitalité			3.42	0.30	***	6.0	2.7	***	-0.58	-3.06	***
Act	Taux d'activité (% de population avec un emploi)			49.5%	47.5%	***	50.6%	49.4%	**	47.0%	45.8%	*
Rev	Revenu médian 18 à 64 ans			\$ 33,396	\$ 30,909	***	\$ 34,847	\$ 32,273	***	\$ 31,096	\$ 28,997	***
Cult	% d'emploi en arts et culture			2.0%	1.8%	*	2.0%	1.9%	n	2.0%	1.8%	n
Hôt	% d'emploi en hôtellerie			7.1%	6.2%	***	6.5%	5.7%	***	8.4%	6.1%	***
smicro_1	Au moins une microbrasserie à l'extérieur de la municip.			71.1%	29.2%	***	52.63%	10.16%	***	22.22%	0.4%	***
smicro_2	Au moins deux microbrasseries à l'extérieur de la munic.			55.4%	21.8%	***	27.6%	4.3%	***	6.7%	0.2%	*

Note : Les test-t ont été ajustés pour tenir compte de l'inégalité des variances si nécessaire. Les variables croiss, j, vieux, ed, act, cult, hôt, et taille sont calculées directement dans chaque région. Les variables rev, vital et emp sont des moyennes pondérées (pondérées par la population de chaque municipalité de la région). Les variables de distance sont identiques pour les municipalités et pour les régions centrées sur la municipalité.

Ces résultats sont cohérents avec ceux examinés dans la littérature. Cependant, les variables socio-économiques présentées dans le tableau 3 sont dans de nombreux cas fortement corrélées avec des éléments connexes. Il est donc utile d'effectuer une analyse comprenant des composantes principales pour identifier les indices composites (c'est-à-dire, les variables composites constituées de groupe de variables originales fortement corrélées). Sur la base de valeurs propres à deux, trois ou quatre composantes émergent en fonction des municipalités (toutes, uniquement centrales, uniquement périphériques) sélectionnées et de la manière dont les régions autour d'une municipalité sont définies. Toutefois, les valeurs propres de la quatrième composante sont toutes proches d'un, et la quatrième composante est interprétable, donc quatre composantes sont systématiquement retenues (annexe A et B).

2.4.2. Identification de la région locale la plus étroitement associée à la présence de microbrasseries

Il y a plusieurs manières permettant de définir les régions locales pertinentes. La région pour laquelle les variables (après synthèse en quatre composantes principales) ont le pouvoir explicatif le plus élevé a été sélectionnée. Celles-ci sont estimées par le R^2 de Nagelkerke lorsqu'elles sont utilisées comme variables dépendantes dans la régression logistique (équation 1).

La figure 1 illustre comment le pouvoir explicatif du modèle varie avec le rayon de la région locale. Le modèle démontre une plus grande puissance lorsque la région locale est équivalente à la municipalité elle-même, donc plus le rayon s'élargit, plus la puissance du modèle diminue. C'est majoritairement le cas si l'on sélectionne toutes les municipalités ou seulement les municipalités centrales. Par contre, cette puissance remonte légèrement pour toutes les municipalités atteignant un rayon local à 20km.

Dans les régions périphériques québécoises, la tendance est différente. Au fur et à mesure que le rayon de la région s'élargit, la puissance du modèle augmente, atteignant un maximum lorsque tous les voisins à moins de 10km sont considérés. La puissance diminue ensuite, restant plus élevée que la municipalité prise seule jusqu'à 20km inclus.

Ainsi, pour les municipalités situées dans un rayon d'environ 100km d'une zone métropolitaine, ce sont des variables très locales (même municipalité) qui sont le plus étroitement associées à la présence de microbrasseries. Toutefois, dans les zones périphériques, ce sont les variables qui représentent une région plus large qui affichent des associations plus fortes. Ce résultat sera détaillé dans la section discussion.

2.4.3. Les facteurs associés à la présence d'une microbrasserie

Deux ensembles de modèles sont présentés dans cette section. Premièrement, l'association entre les caractéristiques des municipalités individuelles et la présence d'une microbrasserie est explorée (tableau 4). Deuxièmement, l'association entre les régions locales élargies et la présence d'une microbrasserie dans une municipalité est examinée. Pour les municipalités périphériques et pour l'ensemble du Québec, le rayon de la région locale correspond au pouvoir explicatif maximal du modèle régionalisé (figure 1). Ainsi, 10km sont retenus pour les municipalités périphériques et 20km pour l'ensemble du Québec. Dans le cas des municipalités centrales pour lesquelles le pouvoir explicatif diminue de façon monotone à mesure que la région s'élargit, 10 km est choisi afin que des comparaisons directes puissent être faites avec les municipalités périphériques (tableau 5).

Tableau 4. Présence d'une microbrasserie dans une municipalité. Variables explicatives de la municipalité où est située la microbrasserie

<i>Variables</i>	Toutes les municipalités		Centrales (dans 100km de métro)		Périphérique (au-delà de 100km)	
	<i>Variables de composantes</i>	<i>Coef.</i>	<i>Variables de composantes</i>	<i>Coef.</i>	<i>Variables de composantes</i>	<i>Coef.</i>
Composante 1	<i>croiss, vital, J, taill, [vieux]</i>	0.86***	<i>vital, rev, croiss, taill, J</i>	0.81***	<i>act, rev, emp, vital</i>	0.24
Composante 2	<i>act, emp, rev</i>	0.02	<i>act, emp, [vieux, cult.]</i>	-0.29*	<i>croiss, vital</i>	0.92***
Composante 3	<i>cult., hôt.</i>	0.55***	<i>ed.</i>	0.14	<i>vieux, [J]</i>	-0.31*
Composante 4	<i>ed.</i>	0.23***	<i>hôt.</i>	0.60***	<i>hôt., cult.</i>	0.50***
Dist. Metro plus près		-0.04*		-0.07		-0.04
Ville régionale <=75km		0.38*		0.49		0.29
<i>Diagnostic</i>						
n		1148		568		580
n=1		120		76		44
Nagelkerke r2		0.186		0.181		0.174
-2LL nul		769.0		447.08		311.51
-2LL modèle		660.0		387.99		267.95
VIF max		1.18		2.13		1.23

Note : L'indice de vitalité est manquant pour deux municipalités.

Tableau 5. Présence d'une microbrasserie dans une municipalité. Variables explicatives de la région locale centrées sur la municipalité

<i>Variables</i>	Toutes		Centrales (dans 100km de métro)		Périphérique (au-delà de 100km)	
	<i>Variables de composantes</i>	<i>Coef. 20km</i>	<i>Variables de composantes</i>	<i>Coef. 10km</i>	<i>Variables de composantes</i>	<i>Coef. 10km</i>
Composante 1	<i>J, croiss, vital, emp, [vieux]</i>	0.18	<i>croiss, vital, J, emp, act, rev, [vieux]</i>	0.52***	<i>J, croiss, vital, emp [vieux]</i>	-0.03
Composante 2	<i>vital, emp, act, rev</i>	0.46***	<i>rev, ed, taille</i>	0.74***	<i>act, rev, emp</i>	0.20
Composante 3	<i>ed, taille</i>	0.95***	<i>cult, vieux</i>	-0.06	<i>ed, taille</i>	1.28***
Composante 4	<i>cult., hôt.</i>	0.39***	<i>hôt</i>	0.55***	<i>cult., hôt.</i>	0.41**
Dist Métro plus près		0.06**		0.21		0.06*
Ville régionale <=75km		0.39*		0.10		0.18
<i>Diagnostic</i>						
n		1050		568		582
n=1		121		76		45
Nagelkerke r2		0.146		0.143		0.230
-2LL nul		773.7		447.08		316.81
-2LL modèle		688.73		400.97		257.62
VIF max		1.94		2.74		1.35
<i>Augmente dans Nagelkerke R2 attribuable à ajouter des variables indiquant plus de 1 et plus de 2 microbrasseries dans la région locale</i>						
	<i>Augmente dans R2</i>	<i>Coef. 20km</i>	<i>Augmente dans R2</i>	<i>Coef. 10km</i>	<i>Augmente dans R2</i>	<i>Coef. 10km</i>
Au moins une	0.037	1.39***	0.105	2.00***	0.080	3.52***
Au moins 2	0.009	0.69**	0.047	1.70***	0.010	1.90

Note : Pour les deux cas de valeurs manquantes, l'indice de vitalité est calculé pour la zone environnante, en omettant les valeurs manquantes.

2.4.3.1. Les caractéristiques municipales individuelles et la présence d'une microbrasserie

Les variables explicatives de chacun des modèles présentés dans le tableau 4 sont des composantes pour lesquelles les variables du tableau 3 sont corrélées (voir annexe A). Les quatre composantes expliquent 71,5% à 73,2% de la variance totale des onze variables socio-économiques originales.

Le premier élément à noter est que ces variables composites sont dépendantes du contexte. Les caractéristiques municipales ne se regroupent pas de manière identique au sein des municipalités centrales et périphériques. Par exemple, la vitalité, le revenu, la croissance démographique et une démographie plus jeune tendent à se retrouver dans les municipalités centrales (composante 1). Dans les périphéries, la démographie (vieux par opposition à jeune – composante 3) est indépendante de la vitalité et du revenu (composante 1). Par ailleurs, la croissance démographique, qui est associée à des revenus plus élevés dans les municipalités centrales (composante 1) ne lui est pas associée dans les périphéries (composante 2). Enfin, si les emplois liés à l'hôtellerie et à la culture se retrouvent dans les mêmes municipalités en périphérie (composante 4), dans les municipalités centrales il n'y a pas de lien géographique entre les deux (composante 2 et 4).

Dans les municipalités centrales, ce sont celles dont les revenus, la croissance, la taille et la vitalité sont les plus élevés (composante 1) et celles où l'industrie hôtelière est plus présente (composante 4) qui ont tendance à accueillir des microbrasseries. La présence d'une population scolarisée au sein des municipalités n'est pas associée à la présence de microbrasseries. Dans l'ensemble des municipalités périphériques, les revenus et les taux d'activité plus élevés (composante 1) ne sont pas liés aux microbrasseries, mais la croissance démographique et la

vitalité économique (composante 2) le sont. De même, la présence combinée d'emplois hôteliers et culturels (composante 4) est également associée aux microbrasseries.

Fait intéressant, alors que les niveaux de scolarité sont fortement associés aux microbrasseries dans l'ensemble de la province (composante 4), cela n'apparaît ni dans le modèle central ni dans le modèle périphérique. Cette association reflète donc les niveaux d'éducation plus élevés (et la présence plus élevée de microbrasseries) dans les municipalités centrales par rapport aux municipalités périphériques (tableau 3), et ne reflète pas les associations au sein de chacune de ces zones.

Finalement, les variables géographiques (distance à une zone métropolitaine et proximité à une ville régionale) ne sont que faiblement associées à la présence d'une microbrasserie lorsque toutes les municipalités sont considérées, et aucune relation n'émerge au sein des zones centrales et périphériques.

Trois résultats clés ressortent du tableau 4. D'abord, les variables municipales ne se regroupent pas de la même façon dans les régions centrales et périphériques : cela reflète la nature différente des municipalités dans les différentes parties de la province. Ensuite, bien que les résultats confirment que les municipalités ayant une population plus instruite ont une probabilité plus élevée d'abriter une microbrasserie, cela reflète le fait que les personnes instruites et les microbrasseries sont plus présentes à l'intérieur et autour des régions métropolitaines. Enfin, ce n'est que dans les régions périphériques que l'on identifie un profil « touristique », c'est-à-dire, des municipalités qui combinent à la fois des emplois culturels et hôteliers. Ce profil est fortement associé aux microbrasseries. Dans les zones centrales, le secteur de l'hôtellerie (dont font partie les petites microbrasseries) n'est pas lié aux emplois culturels, mais il existe une association entre ce secteur et les microbrasseries.

2.4.3.2. Les caractéristiques des régions autour des municipalités et la présence d'une microbrasserie

Lorsque l'on considère les municipalités et leur région environnante, les composantes captent 74% (périphérie) et 83% (tout et centre) de la variance (annexe B). Il y a un peu plus de similitudes dans la façon dont les variables se regroupent en composantes que lorsque des municipalités individuelles sont analysées, bien que ces regroupements ne soient pas identiques entre les centres et les périphéries. La croissance démographique, la vitalité, la jeunesse et le taux d'emploi s'appuient sur la même composante dans les régions centrales (composante 1) et périphériques (composante 1). Cependant, les revenus plus élevés ne s'appuient pas sur cette composante dans les périphéries étant associées aux taux d'activité et aux taux d'emploi (composante 2). Au centre (composante 2) et dans les périphéries (composante 3), le niveau d'éducation et la taille de la population peuvent se retrouver dans les mêmes régions. La culture et l'hôtellerie caractérisent les mêmes régions dans les périphéries (composante 4), mais pas dans les régions centrales (composante 4).

Malgré une plus grande similitude entre les composantes des régions centrales et périphériques, leur association avec les microbrasseries est, dans certains cas, assez différente. La composante 1 qui regroupe dans les deux cas, la jeunesse, la vitalité, la croissance et l'emploi, est fortement associée aux microbrasseries dans les régions centrales, mais sans aucun lien direct avec les microbrasseries dans les périphéries. Aussi, des revenus plus élevés sont associés aux microbrasseries dans les régions centrales (composante 2), mais pas dans les périphéries (composante 2). Toutefois, le niveau d'éducation qui n'a pas d'effet local (municipal) dans les centres et les périphéries à un effet régional à la fois dans les centres (composante 2) et les périphéries (composante 3). Enfin, l'association de la culture et de l'hôtellerie au sein d'une

région est liée aux microbrasseries de la périphérie, alors qu'au centre, seule la présence des métiers de l'hôtellerie l'est.

Si toutes les municipalités sont analysées ensemble, une première composante (associant croissance démographique, vitalité, taux d'emploi et jeunesse) émerge, n'étant toutefois pas associée aux microbrasseries. Le taux d'emploi et la vitalité font également partie de la composante 2 (avec le taux d'activité et les revenus) qui eux sont associés à la présence de microbrasseries. Le niveau d'éducation et la taille de la population (composante 3) sont associés aux microbrasseries, tout comme les emplois culturels et hôteliers (composante 4).

Les variables géographiques (distance à une région métropolitaine et proximité à une ville régionale) ne sont que faiblement associées, voire pas du tout, aux microbrasseries.

Ces constats sont similaires à ceux qui ressortent de l'examen des municipalités individuelles : ni la vitalité démographique et économique ni le niveau de revenu (dans la région environnante) ne sont associés aux microbrasseries en périphérie. Dans ce contexte, ce sont la taille de la population, le niveau d'éducation et le tourisme (tel qu'identifié par la combinaison des emplois culturels et hôteliers) dans la région environnante qui affichent les associations les plus fortes. Il s'agit d'un contraste avec les municipalités centrales, pour lesquelles c'est la vitalité de la région environnante qui est associée aux microbrasseries. Alors que la présence régionale des emplois de l'hôtellerie est également associée aux microbrasseries, ces emplois ne regroupent pas les emplois culturels régionaux. Tout comme dans les périphéries, la combinaison des niveaux d'éducation plus élevés et du nombre d'habitants plus élevé dans une région est associée aux microbrasseries.

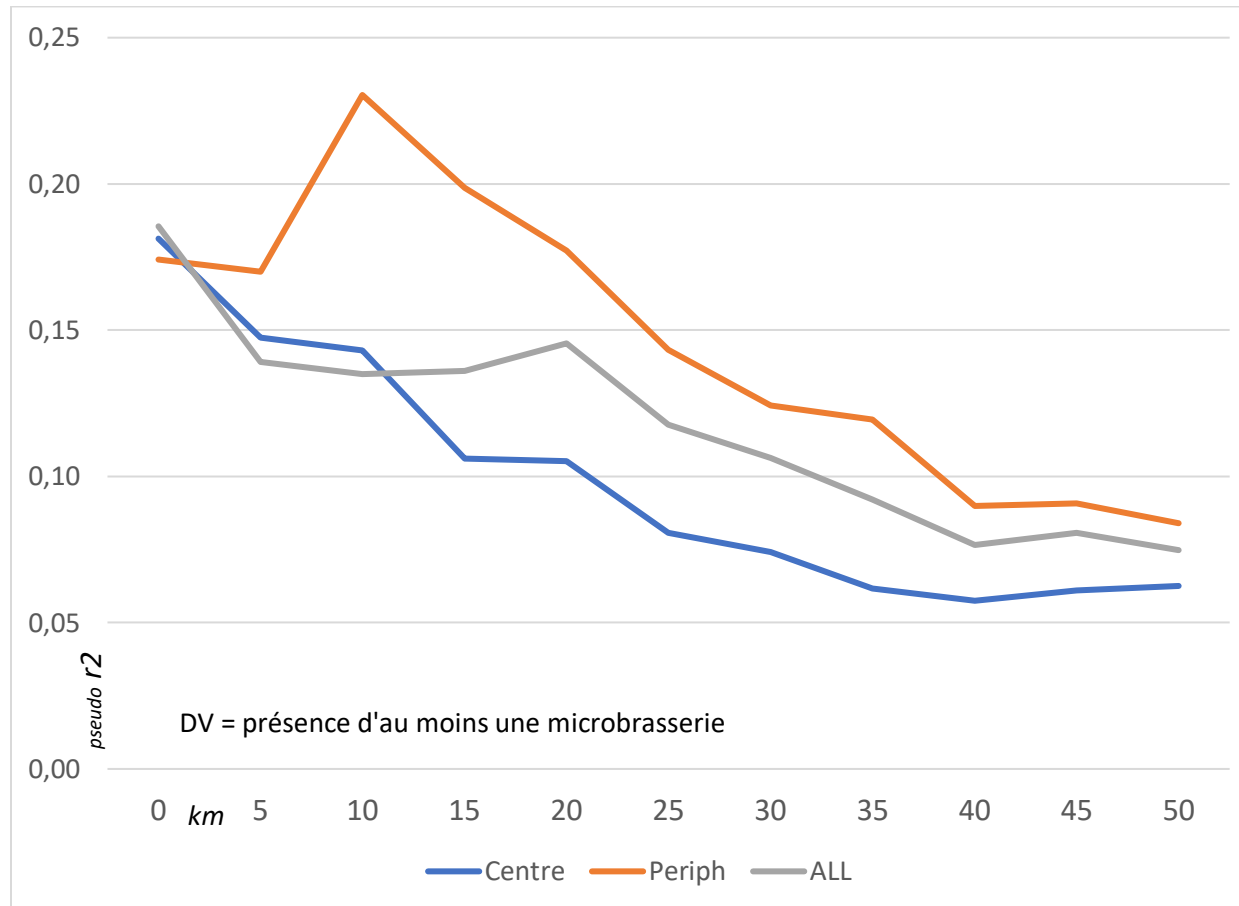
2.4.4. Les microbrasseries du Québec se regroupent-elles?

Les microbrasseries semblent avoir tendance à se regrouper (tableau 5). En prenant en considération toutes les municipalités du Québec (selon le rayon de 20km tel qu'identifié à la figure 1), il y a une tendance assez marquée pour une municipalité avec au moins une microbrasserie à être dans une région qui abrite au moins une autre microbrasserie. Cette tendance est nettement plus faible si deux ou plusieurs autres microbrasseries sont considérées.

Lorsque les régions centrales et périphériques sont considérées, le rayon de la région locale est réduit à 10 km (figure 1) : dans les deux cas, il y a une forte tendance pour les municipalités qui abritent au moins une microbrasserie à être dans une région avec au moins une autre microbrasserie. Par contre, contrairement au centre, en périphérie, les municipalités ayant au moins une brasserie n'ont pas tendance à se trouver dans une région qui abrite deux ou plusieurs autres microbrasseries.

Ainsi, les microbrasseries ont tendance à se regrouper, mais de manière limitée. Elles sont très susceptibles de se trouver dans des régions comptant au moins une autre microbrasserie, mais beaucoup moins susceptibles de se trouver dans des régions comptant deux autres microbrasseries ou plus.

Figure 1. Pouvoir explicatif du modèle, selon le rayon de la région locale



2.5. Discussion et conclusion

La raison d'analyser séparément les municipalités centrales et périphériques est qu'il existe un contraste entre ces deux types de territoire au Québec. Les municipalités situées dans un rayon d'environ 100 km d'une zone métropolitaine sont fortement influencées par la ville (Shearmur et Polèse, 2007). En effet, les entreprises locales interagissent avec la ville, les résidents métropolitains se déplacent pour la journée et, de plus en plus, les personnes ayant un emploi en ville vivent dans ces zones péri-métropolitaines ou y ont une résidence secondaire. En revanche, au-delà d'environ 100 km (ce qui correspond à un peu plus d'une heure de route), la nature de l'économie et des modes de peuplement change. Ces régions sont moins peuplées et si des citoyens s'y rendent, c'est généralement pour des vacances ou des séjours plus longs. À l'exception des petits centres régionaux, les économies de nombreuses municipalités sont saisonnières en raison d'une exploitation des ressources telles que le bois, le minerai ou les sols ou c'est simplement l'activité touristique saisonnière qui domine.

Ces différences se reflètent dans nos résultats. Dans les régions centrales (c'est-à-dire les aires métropolitaines et leurs environs), l'échelle clé pour analyser la localisation des microbrasseries est la municipalité elle-même. Effectivement, nos résultats démontrent que les microbrasseries dans ces régions sont plus étroitement liées à des facteurs socio-économiques très locaux. Dans ces régions à forte densité, la municipalité (la communauté locale) fournit un marché suffisamment important pour que la région élargie ne joue pas un rôle très important. Dans le cas des régions périphériques, les municipalités sont plus dispersées ce qui fait que les microbrasseries sont plus étroitement associées aux caractéristiques d'une région plus large.

Les différences entre les zones centrales et les zones périphériques se retrouvent également dans les analyses sous forme de composantes. Les variables socio-économique et culturelle ne

se regroupent pas de la même manière. Les différences ne sont pas toujours flagrantes, mais une en particulier se démarque. Dans les zones périphériques, les métiers de l'hôtellerie et de la culture se combinent au sein des mêmes municipalités et territoires. Relativement peu de villes ont des emplois de l'une ou l'autre nature, elles ont tendance à se regrouper et à profiter de la présence de l'autre, formant ce que nous appelons un secteur « touristique ». En effet, dans les régions périphériques, la clientèle du secteur culturel est soit locale, soit venue de loin et nécessite généralement une nuitée sur place. À l'inverse, les villes urbaines et périurbaines en région centrale accueillent plus de visiteurs à la journée en raison d'une forte population locale. De ce fait, le secteur culturel en région centrale ne nécessite pas la présence d'un secteur hôtelier pour survivre (et vice-versa). Le secteur touristique est concentré au niveau métropolitain en région centrale et la co-présence des emplois hôteliers et culturels ne s'inscrit pas de façon flagrante à l'échelle municipale.

L'étude confirme en partie les résultats d'études antérieures, mais souligne également l'importance de bien choisir son environnement et les microbrasseries étudiées. Les facteurs associés aux microbrasseries situées en région centrale (par exemple, la vitalité, le revenu plus élevé et le niveau d'éducation supérieur) ne sont pas toujours associés aux facteurs des microbrasseries situées en région périphérique, ou, s'ils le sont, ce n'est pas à la même échelle spatiale. Ainsi, si les résultats sont globalement à la hauteur des études précédentes, ils diffèrent entre les régions centrales et les régions périphéries. Alors que les études antérieures n'ont pas clairement distingué ces différents types de contexte, il n'est pas possible de positionner systématiquement les résultats. Des recherches supplémentaires sont nécessaires sur les facteurs et les échelles associés à l'emplacement des microbrasseries, et ce, dans différents contextes géographiques.

Les résultats confirment que les microbrasseries se regroupent, mais que cette concentration n'est pas attribuable aux facteurs socio-économiques que nous avons pris en compte. Le degré de regroupement ne doit cependant pas être surestimé : alors que les municipalités qui abritent des microbrasseries ont tendance à être situées dans des régions comptant au moins une autre microbrasserie, cette tendance diminue si deux ou plusieurs autres microbrasseries sont prises en compte (et disparaît entièrement dans les périphéries). Il semble donc y avoir un regroupement, mais pas encore suffisant pour saturer les marchés locaux.

Cette étude se limite aux microbrasseries québécoises et porte sur les unités géographiques municipales. Elle ne peut donc pas être généralisée au-delà du Québec ni analyser les facteurs de localisation qui opèrent à l'intérieur des villes et/ou entre les quartiers. Effectivement, elle considère une vaste zone - similaire en taille, géographie et population à des pays nordiques tels que la Suède et la Norvège – et identifie les facteurs associés à l'emplacement des microbrasseries à cette échelle. L'échantillonnage du nombre de municipalités avec des microbrasseries est trop petit (121) pour analyser – en utilisant ces techniques – ce qui différencie les municipalités qui abritent une ou plusieurs microbrasseries.

Les principales contributions de ce chapitre sont, premièrement, de confirmer – de manière générale – les résultats d'autres études sur la localisation des microbrasseries et, deuxièmement, d'étendre ces études en démontrant que la localisation des microbrasseries peut suivre différents schémas et s'associer à divers facteurs, dans des contextes différents. Ces contextes n'ont pas été choisis au hasard, mais correspondent à des différences bien connues dans la fonction économique du Québec et des divers modèles d'établissement. De plus, l'analyse des résultats démontre que la région locale dans laquelle les microbrasseries sont implantées est plus pertinente dans certains contextes (régions périphériques) que dans d'autres

(contexte périmétropolitain plus dense) pour comprendre les facteurs qui influencent les microbrasseries. Finalement, bien que les caractéristiques socio-économiques des municipalités en région centrale soient associées à la localisation des microbrasseries, ces caractéristiques ont peu d'impact direct sur la localisation des microbrasseries dans les centres régionaux et les marchés métropolitains (bien que certaines des caractéristiques des variables socio-économiques associées à l'emplacement des microbrasseries elles-mêmes varient selon la proximité des centres régionaux et des grandes villes – voir annexes A et B).

Chapitre 3 : Développement local en région périphérique : le cas de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec

3.1. Introduction

Les travaux sur l'émergence de nouvelles industries réfèrent souvent à la présence d'entreprises dynamiques qui interagissent les unes avec les autres au sein de régions métropolitaines caractérisées par le support d'institutions et d'organisations offrant les éléments nécessaires à la naissance de nouvelles activités économiques (Boschma et Frenken, 2011; Doloreux et Turkina, 2019; Hassink et al., 2019). Ces nouvelles activités, si correctement organisées, peuvent contribuer au développement des régions (Polèse et Shearmur, 2006). Ces idées s'inscrivent dans un courant de réflexion des études réalisées en géographie économique et des développements théoriques autour des économies d'agglomération, lesquels avancent l'idée que la concentration spatiale des acteurs génère des retombées économiques locales (emplois, nouvelles activités économiques, etc.), mais aussi des dynamiques quant aux échanges d'idées et d'informations entre les acteurs (Hassink et al., 2019).

La question de l'analyse des dynamiques territoriales dans le contexte de nouvelles industries reste encore ouverte, notamment pour le cas des régions périphériques. Ces régions, souvent, ne possèdent pas les conditions favorables pour faire émerger l'innovation, et ce, en raison de l'absence d'entreprises à forte intensité de savoir. La présence d'une infrastructure de soutien est également peu élaborée, voire absente, de même que pour l'offre de services spécialisés. Aussi, la difficulté d'établir des formes d'apprentissage interactives localisées est faible en raison du nombre limité d'acteurs privés et publics (Isaksen et Onsager, 2010). Malgré que l'importance de nouvelles activités économiques et d'industries a été mise en évidence pour les régions périphériques (Asheim et al., 2019; Eder, 2019; Shearmur et Doloreux, 2021), les

conséquences économiques des dynamiques industrielles restent relativement peu traitées pour ce genre de région, surtout en ce qui concerne les éventuelles dynamiques de développement endogène. Les enseignements pertinents à la compréhension de nouvelles industries demeurent fortement concentrés sur l'expérience d'industries dynamiques localisées dans les régions métropolitaines (Isaksen et Trippl, 2017).

Ce chapitre a pour objectif d'analyser le fonctionnement d'une nouvelle industrie en région périphérique et de comprendre comment celle-ci contribue au développement de sa région à partir du cas de l'industrie des microbrasseries de l'Est du Québec. De manière plus précise, il s'agira de comprendre l'environnement local des microbrasseries de l'Est du Québec afin de saisir l'influence que la région et l'industrie ont l'une sur l'autre. Cette recherche permettra également d'apporter des enseignements nouveaux sur la contribution qu'apporte cette nouvelle industrie au développement des régions périphériques.

Ce chapitre présente plusieurs contributions. En premier lieu, au regard de la littérature actuelle en géographie économique, les résultats permettent d'ajouter aux connaissances entourant l'émergence et le fonctionnement d'une nouvelle industrie au niveau local dans le but de comprendre comment celle-ci contribue au développement des régions périphériques. En effet, il est d'un grand intérêt de comprendre l'émergence de nouvelles industries dans les régions périphériques, puisque les explications théoriques de leur développement sont encore peu élaborées (Isaksen et Trippl, 2017). À partir de l'étude du cas des microbrasseries de l'Est du Québec, l'analyse du fonctionnement de cette industrie permettra de mieux comprendre sa contribution au développement local. Bien que certaines études aient abordé les questions de l'ancrage local, de l'engagement social et de la création d'une identité locale des microbrasseries (Flack, 1997; Schnell et Reese, 2003; Eberts, 2014; Holtkamp et al., 2016),

celles-ci n'ont pas tenté d'analyser l'industrie et son fonctionnement pour comprendre sa contribution au développement local.

En deuxième lieu, le cas d'une nouvelle industrie qui occupe une place de plus en plus importante au sein des régions au Québec est analysé. L'intérêt des études sur l'industrie de la fabrication de boissons au Québec est au cœur d'une nouvelle réflexion sur le développement des régions au Québec (Cloutier et Détolle, 2017- industrie du cidre; Shearmur et Doloreux, 2021 – industrie viticole). Il demeure que l'intérêt porté à l'industrie des microbrasseries constitue, de fait, un sujet nouveau. De plus, l'analyse des dynamiques locales des microbrasseries reste, quant à elle, relativement peu traitée pour ce genre de cas, malgré qu'elles puissent contribuer à la diversification et la relance des régions québécoises qui, selon Vachon (2019), tardent à se mettre en place.

En troisième lieu, l'étude porte sur le cas de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec. Ce cas est intéressant puisqu'il s'agit d'une industrie nouvelle qui s'est développée dans une région périphérique dont l'économie a été longtemps dépendante du secteur primaire, notamment les activités liées à la mer (Doloreux et al., 2016). De plus, cette industrie a été sélectionnée en raison de sa croissance rapide et de son importance dans la région de l'Est du Québec. Aussi, la route touristique des bières de l'Est du Québec représente la route microbrassicole la plus importante et la plus vieille de la province (Association des microbrasseries du Québec, 2021).

La prochaine section présentera une revue de la littérature sur les travaux académiques permettant de comprendre les facteurs explicatifs du développement d'une industrie, son rapport avec son environnement local et les diverses dynamiques de développement des régions périphériques. Par la suite, il s'agira de présenter et décrire le contexte de la route des bières

de l'Est du Québec, suivi de la méthodologie de recherche. Ensuite, les principaux résultats des analyses seront exposés. Finalement, dans la dernière section, les principales conclusions, limites et avenues de recherche de l'étude seront abordées.

3.2. Revue de littérature

Au cours de son histoire, l'industrie de la bière artisanale a subi de profondes transformations (Esposti et Fastigi, 2017). La plus récente partie de son histoire a permis de soulever l'intérêt des microbrasseries comme contexte d'étude en partie en raison d'une relation d'échelle entre le global et le local (Argent, 2018). En effet, la première moitié du vingtième siècle fut marquée par une consolidation du marché mondial de la bière sous l'emprise des grands brasseurs (AB InBev, SABMiller, Heineken et Carlsberg). Durant cette période, de nombreuses microbrasseries étaient achetées par les grandes brasseries résultant en une consolidation de l'industrie où seulement quatre d'entre elles comptaient pour la moitié des ventes mondiales de la bière (Wojtyra et al., 2020).

Toutefois, au fil des années, la faible variété de styles de bière a permis de créer une opportunité pour les microbrasseries offrant de nouveaux produits à saveur locale (Wojtyra et al., 2020). C'est principalement au tournant des années 1980 que les microbrasseries ont commencé à émerger comme résultat d'un désir pour plus de variété de bières de la part des consommateurs (McLaughlin et al., 2016).

En réponse à l'industrie mondiale de la bière œuvrant dans un contexte de développement des marchés mondiaux, les microbrasseries ont émergé dans plusieurs marchés offrant alors une alternative centrée sur la promotion et la consommation de produits locaux. Ce développement industriel valorisant le contexte local soulève l'importance de comprendre comment cette nouvelle industrie a émergé donc, quelles sont les conditions locales d'émergence qui ont

contribué au développement des microbrasseries et quel est le rapport de cette industrie avec son environnement local.

En lien avec l'objectif de ce chapitre qui est d'analyser l'industrie microbrassicole de l'Est du Québec et son fonctionnement pour comprendre sa contribution au développement de la région, nous mobiliserons deux corpus théoriques. D'abord, les travaux de la géographie économique évolutionniste afin de comprendre les facteurs explicatifs du développement d'une nouvelle industrie dans un contexte particulier. Ensuite, les travaux sur le néolocalisme pour comprendre comment s'organise le développement industriel au niveau local et pour identifier la contribution d'une nouvelle industrie sur le développement des régions. Par la suite, il s'agira de positionner ces théories dans le contexte des régions périphériques pour observer les diverses dynamiques de développement de ces territoires. Finalement, une revue de la littérature sur l'industrie microbrassicole permettra d'extraire les travaux pertinents reliés à nos objectifs afin de nous questionner sur le modèle d'émergence de cette industrie et son fonctionnement.

3.2.1. Le développement de nouvelles industries : la géographie économique évolutionniste

En géographie économique évolutionniste, la création de nouvelles trajectoires industrielles réfère à l'émergence et la croissance de nouvelles industries et d'activités économiques dans un certain contexte donné (Boschma et Frenken, 2011). La géographie économique évolutionniste soutient l'importance des attributs du territoire pour expliquer les facteurs et les conditions liés à l'émergence des industries. Cette approche est directement liée au processus de développement de nouvelles industries au sein de la littérature, alors qu'elle vise à comprendre comment les territoires développent des compétences permettant d'influencer les trajectoires de développement de nouvelles industries (Njos et al., 2020). L'on retrouve deux

grands groupes de travaux autour de la question de l'émergence des industries qui nous permettront de comprendre pourquoi et comment les industries émergent dans un contexte particulier.

D'abord, les travaux du premier groupe expliquent l'émergence d'industries et d'activités économiques en centralisant l'argumentaire sur la firme et le niveau local (Boschma et Frenken, 2011). Cette approche est basée sur le transfert de connaissances inter firmes au niveau local. Cette idée veut que la firme qui crée et accumule des connaissances et de l'information tout au long de son développement transfère ces connaissances à d'autres firmes en raison de l'agglomération d'entreprises au niveau local favorisant ainsi le développement d'industries (Boschma et al., 2012).

Ces auteurs donnent une importance au milieu local alors qu'ils parlent de branchement régional des firmes pour expliquer l'émergence de nouvelles industries. Il s'agit de miser sur les affinités technologiques entre les firmes au niveau local pour favoriser le développement de nouvelles activités économiques. Étant géographiquement regroupées, des firmes aux activités connexes vont échanger entre elles influençant leur développement. Ce branchement s'effectue au niveau local parce que le mécanisme de transfert de connaissance entre les firmes a démontré être géographiquement délimité (Alvedalen et Boschma, 2017). Toutefois, Martin (2006) apporte une nuance à ce premier groupe en avançant le fait que ces idées ont été sujettes à très peu d'évaluations comparatives et de contradictions visant à justifier leur validité. À ce moment, ces idées figurent comme étant la référence valable permettant d'expliquer l'émergence et le développement de nouvelles industries. En effet, Martin (2006) affirme que les principaux écrits de la géographie économique évolutionniste ont cherché à comprendre le

développement de nouvelles industries principalement selon des processus conduits par la firme (Boschma et Frenken, 2011).

C'est alors que les tenants du deuxième groupe apportent de nouvelles observations en précisant que les recherches sur le développement de nouvelles industries devraient aussi orienter leurs analyses au-delà de la firme et du contexte local. Hassink et al. (2019) identifient quatre piliers pour développer une conceptualisation plus large des approches sur le développement de nouvelles industries :

Premièrement, la géographie économique évolutionniste doit inclure des acteurs autres que la firme telle que les universités, les centres de recherche et les politiques publiques mises en place par les États pour favoriser le développement de nouvelles trajectoires industrielles (Dawley et al., 2015). Ces chercheurs identifient comme étant vitale la prise en considération d'une approche à plusieurs acteurs et de prendre en compte d'autres activités que la création de connaissance par les firmes pour expliquer le développement de nouvelles activités économiques. Certains acteurs comme des universités, des entreprises et le gouvernement doivent prendre des actions sociales afin de développer des actifs complémentaires (Isaksen et Trippel, 2017). Le but étant de rediriger l'attention à un large éventail d'acteurs mobilisant des ressources et des compétences permettant de créer de nouvelles trajectoires industrielles. Ce premier pilier est représenté dans la littérature comme étant le passage d'une construction de trajectoires industrielles initialement centrée sur la firme laissant place à une construction centrée sur un système.

Deuxièmement, la géographie économique évolutionniste ne doit pas se limiter à l'échelle locale pour expliquer le développement d'une nouvelle trajectoire industrielle. Une vision à plusieurs échelles géographiques doit être favorisée afin de donner de l'importance aux sources

d'influence non locales. Deux aspects de cette dimension élargie méritent une attention particulière soit le développement de connaissances non locales et l'impact que peuvent avoir les environnements nationaux et supranationaux. L'importance du développement de connaissances non locales s'explique simplement en comparant les régions métropolitaines et les régions périphériques (Isaksen et Trippel, 2017). Effectivement, les conditions favorables au développement industriel se retrouvent majoritairement dans les régions métropolitaines munies d'entreprises compétitives créant un important flux de connaissances. C'est donc dire que la création de trajectoires industrielles dans les régions périphériques présentant une économie souvent peu diversifiée nécessite un afflux de connaissances et de ressources externes (Eder, 2019; Zedgenizova et Ignatyeva., 2017). De plus, le développement industriel dans une région peut être construit par des politiques externes démontrant l'importance des politiques et régulations nationales et supranationales. Par exemple, l'étude de MacKinnon et al., (2019) illustre le rôle important des institutions à différentes échelles spatiales dans la construction de mécanisme de développement de nouvelles filiales industrielles régionales.

Troisièmement, les observations sur le développement de nouvelles industries mettent l'accent sur la routine et l'histoire pour conditionner ce développement en oubliant parfois l'importance du contexte et de l'environnement dans lequel le système industriel prend place afin d'influencer les décisions des acteurs économiques. Hassink et al. (2019) sont d'avis qu'il est important de ne pas se fier uniquement aux modèles et processus classiques pour expliquer le développement de nouvelles trajectoires industrielles en raison de l'évolution des connaissances et du développement de l'innovation dans le temps. Isaksen (2018) donne l'exemple de l'industrie de construction navale en Norvège qui s'est longtemps fiée aux

conventions de produire à faible volume représentant l'une des raisons de l'effondrement de cette industrie lors de la crise financière de 2008.

Quatrièmement, les récentes études ont démontré l'importance des liens entre les nouvelles trajectoires industrielles (conceptualisé par les relations d'échange dans le développement de compétences technologiques) permettant de favoriser une croissance régionale et d'offrir les conditions nécessaires au développement de nouvelles trajectoires. En effet, celles-ci peuvent naître de la présence de trajectoires existantes et en s'appuyant sur les conditions présentes favorables à leur développement (Martin et Sunley, 2006).

Les différentes recherches sur la géographie économique évolutionniste démontrent que plusieurs groupes se forment autour de certaines idées visant à expliquer le développement de nouvelles trajectoires industrielles. Les recherches reliées au premier groupe mettent l'accent sur la firme innovante créant et accumulant de la connaissance étant mise en relation avec d'autres firmes connexes permettant le transfert de connaissances pour favoriser le développement de nouvelles trajectoires industrielles. Cette idée tourne autour d'une forte présence d'organisation de support, d'une culture entrepreneuriale locale dynamique et d'une circulation de connaissances au niveau local. Les travaux plus récents (Dawley et al., 2015; Isaksen et Tripp, 2017; Zedgenizova et Ignatyeva., 2017; MacKinnon et al., 2019; Isaksen, 2018; Eder, 2019; Hassink et al., 2019) valorisent l'idée du développement de trajectoires industrielles allant au-delà de la firme elle-même et du contexte local. Cette vision se penche sur l'importance d'inclure des acteurs autres que la firme, d'avoir une vision à échelles multiples, de se soucier du contexte et de l'environnement et des liens entre les nouvelles trajectoires industrielles. Les différentes approches le démontrent, la géographie économique évolutionniste présente plusieurs facteurs d'émergence de nouvelles industries qui évoluent

dans le temps alors que la firme et son contexte local ne peuvent aujourd'hui à eux seuls expliquer le développement de nouvelles trajectoires industrielles.

La présentation du cadre analytique sur la géographie économique évolutionniste est pertinente puisque ce concept est en lien avec le but de cette étude. En effet, l'analyse de l'industrie microbrassicole et de son fonctionnement ne peut se faire sans aborder et comprendre l'émergence de cette industrie dans l'Est du Québec. De ce fait, la présentation des théories sur la géographie économique évolutionniste vise à comprendre les facteurs explicatifs du développement d'une nouvelle industrie et à observer si ceux-ci s'appliquent dans un contexte de développement industriel en région périphérique. Aussi, il est d'autant plus intéressant de se pencher sur ces éléments puisque l'explication de l'émergence de nouvelles industries dans les régions périphériques fait défaut dans la littérature (Isaksen et Trippl, 2017).

3.2.2. Le développement de nouvelles industries : Le néolocalisme

En géographie économique, le néolocalisme contribue à fournir des éléments de réponses sur les effets locaux qu'ont les nouvelles industries sur leur milieu (Buratti et Hagelman III, 2021). La littérature sur le néolocalisme présente deux acceptations du terme. La première acceptation est plus ancienne et provient du domaine des sciences politiques (Trigilia, 1985). Elle réfère à l'expérimentation de modèles d'organisations locales qui illustrent l'interdépendance complexe entre les différents mécanismes de réglementation au niveau local. Cette vision du néolocalisme est imagée comme étant du « socialisme municipal » étant développé à travers une série de relations impliquant au niveau local des syndicats, des associations de travailleurs et des coopératives. Ce concept expérimental soulève certaines complexités du développement local, notamment au niveau politique, alors qu'il expose le fait que les entreprises locales ne peuvent souvent pas se rabattre sur le support des gouvernements locaux disposant de

ressources limitées. Il y a alors un besoin pour des instruments de médiation et des politiques qui peuvent s'attaquer à des situations plus complexes que celles englobées par un modèle néolocal (Trigilia, 1985). Cette première acceptation du néolocalisme naît dans l'essor du concept de développement local en géographie économique et soulève des interrogations quant à la capacité de valoriser les attributs locaux pour soutenir un modèle de développement.

La seconde acceptation du terme est davantage soutenue par plusieurs chercheurs dans la littérature. Cette acceptation se rapproche du concept de développement local. Elle est née de la contestation de plusieurs géographes (Relph, 1976; Flack, 1997, Schnell et Reese, 2003; Holtkamp et al., 2016; Buratti and Hagelman III, 2021) déplorant l'effacement du caractère local dans nos communautés. Dans cette seconde acceptation du néolocalisme, il représente le rapport qu'ont les industries avec leur environnement local. Cette vision du néolocalisme rattache à la création d'un mouvement par les populations locales qui tentent de retrouver une certaine identité communautaire et un sentiment d'appartenance au niveau local (*sense of place*) dans le but de contrer la montée de la globalisation (Relph, 1976).

Au niveau entrepreneurial, le néolocalisme est défini comme un effort des entreprises à développer leur identité locale basée sur des attributs de leur communauté et sur la valorisation des caractéristiques de leur territoire. Les entreprises vont également façonner leur identité locale en prenant des engagements sociaux et communautaires afin de contribuer au développement local de la communauté. La valorisation de l'entraide et le développement de l'esprit communautaire sont des fondements directs du néolocalisme utilisé par les entreprises au niveau local. Il s'agit d'un concept inclus dans des modèles d'affaires développés au niveau local, alors que les entrepreneurs locaux désirent se rapprocher des consommateurs en créant une connexion basée sur leur identité locale (Buratti and Hagelman III, 2021).

Le néolocalisme est autant porté par des entrepreneurs locaux, mais aussi par les consommateurs qui souhaitent se rapprocher de la culture locale (Schnell et Reese, 2003). Ce désir des consommateurs de s'immiscer dans la dimension locale des lieux contribue à l'attractivité des producteurs locaux qui présentent une offre de plus en plus recherchée, et ce, surtout par les touristes (Holtkamp et al., 2016). De ce fait, le néolocalisme représente la construction d'une image positive d'un lieu référant à une forme d'action sociale qui rallie le marketing territorial, l'authenticité et la production locale. L'image positive d'un lieu amenée par le néolocalisme contribue même à déconstruire l'image négative des régions périphériques en la tournant vers quelque chose de positif, tendance et désirable (Honkaniemi et al., 2021).

Le néolocalisme comporte certaines limites. En effet, Stacul (2006) avance qu'à l'époque, le néolocalisme a été le berceau de la droite fasciste en Italie alors que les communautés se sont préoccupées de leurs problèmes locaux créant une certaine forme de séparation entre le local et l'extérieur. Cette valorisation d'une identité locale et du développement d'un esprit communautaire a amené les communautés à se refermer du monde extérieur créant une certaine forme de racisme envers les autres communautés et une discrimination envers l'État. Arefi (1999) en ajoute en précisant que la création d'une identité locale amène les régions à se refermer créant une perte de connexion entre les régions. Cette critique tente donc de calmer les ardeurs envers le néolocalisme et la création d'une identité locale afin de conscientiser face à un possible danger de repli identitaire local amené par un néolocalisme fort.

Les travaux sur le néolocalisme comportent deux acceptations du terme qui sont visiblement liées, mais différentes. La première réfère à l'expérimentation de modèles d'organisation locale. On y observe toute la complexité que peut représenter l'interdépendance entre les différents mécanismes de réglementation au niveau local. À ce moment, le néolocalisme est

expérimental et démontre la complexité que peut représenter le développement local dans des moments complexes où le modèle néolocal ne peut fournir les instruments de médiations et les politiques nécessaires afin de s'attaquer à certaines situations. La seconde acceptation plus récente est davantage documentée dans la littérature se rapprochant du concept de développement local en identifiant le rapport que les industries ont avec leur environnement local. Elle vient expliquer le fonctionnement et l'ancrage des industries au niveau local. Les diverses caractéristiques du néolocalisme telles que la création d'une identité locale, l'engagement communautaire et la valorisation du milieu local permettent de comprendre comment au travers du néolocalisme les industries vont se développer au niveau local. Toutefois, une critique est soulevée dans la littérature au sujet du néolocalisme affirmant que la volonté de créer une identité locale peut amener les communautés à se refermer du monde extérieur créant un certain repli identitaire local.

3.2.3. Le développement de nouvelles industries : le contexte des régions périphériques

Isaksen et Trippel (2017) avancent que les enseignements sur le développement de nouvelles industries demeurent fortement concentrés sur l'expérience d'industries dynamiques localisées dans les régions métropolitaines. Toutefois, Eder (2019) précise que les recherches sur le développement industriel dans les régions périphériques commencent à émerger en raison d'une prise de conscience du potentiel de développement de l'innovation en région. Des études récentes ont démontré le nouveau dynamisme des régions périphériques par la création de nouvelles activités qui sont fortement ancrées localement et porteuses de développement économique pour ces régions (Christensen et Stoerring, 2012; Zedgenizova et Ignatyeva., 2017; Eder, 2019). De plus, le développement économique des régions périphériques constitue

un sujet de prédilection dans de nombreux discours académiques et politiques (Eder, 2019; Meili et Shearmur, 2019).

Dans leur livre sur les dynamiques spatiales de l'économie canadienne et l'avenir des régions périphériques du Québec et des provinces de l'Atlantique, Polèse et Shearmur (2002) donnent leur acceptation du terme périphérique. Selon eux, il s'agit de régions dépourvues de grand centre urbain et éloignées des marchés importants. Ils ajoutent que l'adjectif « périphérique » exprime à la fois l'idée de distance et celle de la taille urbaine. Ils avancent que les localisations centrales représentent toutes les régions métropolitaines de grandes tailles (de plus de 500 000 habitants) ainsi que les régions urbaines et rurales situées à moins d'une heure de route des métropoles. Au-delà de cette distance et en dessous de cette concentration de population, les régions sont classées comme périphériques. Nuur et Laestadius (2010) définissent les régions périphériques sur le plan géographique en mentionnant qu'il s'agit de territoires désavantagés par leur position. Isaksen et Trippel (2016) utilisent une échelle de distance pour définir la région périphérique, alors qu'ils précisent qu'il s'agit d'une région située en dehors du flux de voyage quotidien dans les grandes villes. Il ne semble pas y avoir de définition unanime des régions périphériques, mais la plupart des tentatives se rejoignent sur l'aspect de localisation.

Les régions périphériques sont reconnues pour leur faible densité de population et leur économie qui demeure peu diversifiées, reposant pour l'essentiel sur la mise en valeur des ressources naturelles et présentant des difficultés à soutenir la création de nouvelles entreprises, d'industries ou encore de projets innovants (Zedgenizova et Ignatyeva., 2017; Eder, 2019). Isaksen et Trippel (2017) décrivent les régions périphériques comme des endroits caractérisés par un faible niveau de recherche et développement et d'innovation, dominé par les petites et

moyennes entreprises œuvrant dans des industries traditionnelles présentant un manque de main-d'œuvre spécialisée. Les caractéristiques principales des régions périphériques démontrent que ces territoires souffrent de leur éloignement aux régions métropolitaines et de leur manque de facteurs attractifs aux yeux des investisseurs.

Malgré les conditions d'émergence souvent non propices à faire naître de nouvelles industries en région périphérique, certaines études ont démontré qu'il était possible de soutenir un développement industriel en région périphérique (Brunori et Rossi, 2000; Polèse et Shearmur, 2006; Nuur et Laestadius, 2010; Prigent, 2016; Isaksen et Trippel, 2017; Amina et Chabou Othmani, 2020; Fusté-Forné et Cerdan, 2020).

D'abord, Brunori et Rossi (2000) ainsi que Polèse et Shearmur (2006) ont démontré qu'un développement industriel était possible en région périphérique si celles-ci sont correctement organisées. Ce qui veut dire, si les acteurs locaux (entrepreneurs, politiciens et groupes communautaires) travaillent ensemble à créer un environnement favorable au développement des régions à l'aide de partenariats, de coopérations et de synergies. En d'autres mots, la prise d'action collective au niveau local est nécessaire au développement de ces régions.

Ensuite, le développement de politiques publiques favorables à l'émergence des régions périphériques est une solution préconisée par certains gouvernements pour stimuler le développement économique régional. Nuur et Laestadius (2010) présentent le cas de la Suède et de son gouvernement qui depuis les années 1990 tente de favoriser le développement des régions périphériques par la mise en place de politiques publiques favorable à leur développement. Cette orientation des politiques de développement régional en Suède vise à créer de nouvelles économies, des économies de la connaissance, des clusters autour des technologies de l'information et des communications et des parcs scientifiques. Ces auteurs

donnent l'exemple de la ville de Söderhamn située dans une région périphérique pauvre en infrastructures nécessaires au développement technologique. La mise en place d'un ensemble de politiques publiques permettant de créer de nouvelles entreprises qui interagissent les unes avec les autres a permis de créer un parc scientifique là où il n'y avait jamais eu de science. Cette étude démontre que la mise en place de politiques publiques favorables peut contribuer au développement industriel en région périphérique.

L'étude d'Isaksen et Trippel (2017) présente des cas de développement industriel dans deux régions périphériques de l'Autriche et de la Norvège. Avant leur développement industriel, ces régions étaient dominées par l'agriculture et le tourisme caractérisés par un taux d'emploi relativement bas. Les conclusions de l'étude démontrent que le développement industriel en région périphérique est difficile, mais que la création de nouvelles connaissances amenées par l'afflux d'instituts de recherche, d'entreprises et de main-d'œuvre qualifiée de l'extérieur peut initier le développement industriel dans les périphéries. C'est donc dire qu'en modifiant la structure en place dans ces régions afin de créer de nouvelles connaissances, il est possible de fournir, en partie, les conditions nécessaires au développement industriel.

Enfin, les travaux sur le développement des régions périphériques présentent l'exemple intéressant de l'industrie touristique qui se développe dans plusieurs de ces régions à travers le monde. Prigent (2016) avance que le tourisme se développe en région périphérique principalement en raison des paysages et des grands espaces qu'un y retrouve contribuant à l'attractivité des touristes. Il donne l'exemple de la Bretagne en France qui dispose de magnifiques paysages de bord de mer qui font la joie des touristes. Pour leur part, Amina et Chabou Othmani (2020) concluent que certaines régions périphériques vont associer les ressources de leur territoire aux motivations et préférences des touristes afin de développer

l'industrie touristique. C'est d'ailleurs selon eux le principe derrière les routes touristiques, alors que les préférences touristiques sont mises de l'avant sur un territoire délimité afin de contribuer à l'attractivité de ce territoire. Aussi, Fusté-Forné et Cerdan (2020) démontrent que certaines régions périphériques vont miser sur l'encastrement local de certains produits recherchés par les touristes pour développer l'industrie touristique. Selon eux, la promotion de la gastronomie locale comme une composante de la culture locale est une des nombreuses façons que les régions périphériques vont utiliser pour se démarquer et développer l'industrie touristique.

La littérature sur les régions périphériques est assez vaste. Cette dernière alimente régulièrement les difficultés de développer des activités économiques dans ce type de région en raison principalement d'une faible densité de population, d'un manque d'acteurs et d'une économie peu diversifiée. L'argument central mis de l'avant est que l'émergence d'industries en région périphérique est possible, mais selon des conditions et mécanismes précis. En effet, un modèle d'organisation clair et défini, des politiques publiques favorables, des afflux de connaissances provenant de l'extérieur et la valorisation des ressources du territoire pour favoriser son attractivité figurent parmi les principales conditions nécessaires au développement des régions périphériques. Une chose semble certaine, le potentiel de développement des régions périphériques est bien présent et celles-ci méritent que l'on y porte une attention plus soutenue lorsque vient le temps de développer de nouvelles trajectoires industrielles.

3.2.4. Le développement de nouvelles industries : le cas de l'industrie microbrassicole

Au fil du développement de l'industrie microbrassicole et de sa prise d'importance sur les différents marchés, de nombreuses recherches (Flack, 1997; Schnell et Reese, 2003; Eberts,

2014; Murray et Kline, 2015; Holtkamp et al., 2016; Argent, 2018; Taylor et DiPietro, 2020; Talmage et al., 2020) dans différents contextes ont été effectuées sur cette industrie, et ce, à propos de divers sujets pouvant nous intéresser. Dans un premier temps, une grande partie des écrits sur le néolocalisme utilisent l'exemple de l'industrie microbrassicole pour expliquer le fonctionnement et l'ancrage de cette industrie au niveau local alors qu'il s'agit d'une industrie de petite taille au caractère local fort. Flack (1997) est le premier à utiliser l'exemple de l'industrie microbrassicole dans ses recherches sur le néolocalisme si bien qu'il a créé le concept de néolocalisme brassicole à partir du cas américain. Il relie le succès des microbrasseries à leur capacité à créer un sentiment d'appartenance propre à un lieu. Il explique la prolifération des microbrasseries par le changement de la culture brassicole au niveau local dans plusieurs régions. Selon lui, le néolocalisme est au cœur de l'augmentation de la popularité des microbrasseries alors qu'elles mettent en valeur la dimension locale dans leur modèle d'affaires. De plus, il avance que l'industrie microbrassicole américaine s'est bien développée sur les côtes ouest et est grâce à une culture néolocale forte, mais il donne l'image d'un désert microbrassicole dans le Midwest et le sud du pays étant des régions plus conservatrices.

Par la suite, Schnell et Reese (2003) ont confirmé la thèse de Flack en ajoutant que le néolocalisme est utilisé par les microbrasseries comme une image forte afin de développer une identité et une loyauté locale. Ces auteurs ont aussi démontré l'engagement des microbrasseries dans leur communauté locale incluant des événements de commandite, une contribution bénévole et les partenariats avec d'autres entreprises locales. Schnell et Reese (2003) ont étudié plus de 400 microbrasseries à l'échelle nationale aux États-Unis afin de conclure l'importance

pour les microbrasseries de créer au niveau local un sentiment d'appartenance et d'attachement envers leur communauté.

Depuis ces premières études, de nombreuses autres ont émergé sur le néolocalisme brassicole (Eberts, 2014; Holtkamp et al., 2016; Taylor et DiPietro, 2020). Ces chercheurs ont étudié les microbrasseries canadiennes et américaines pour comprendre comment elles utilisent le néolocalisme afin de se connecter au niveau local et développer leur propre identité dans leur communauté. Ils expliquent aussi comment les microbrasseries se révèlent comme une nouvelle approche de consommation centrée au niveau local étant une compétition directe aux compagnies brassicoles nationales. Taylor et DiPietro (2020) démontrent dans leurs résultats que c'est cette approche locale et cette identité locale développées par les microbrasseries qui contribuent le plus à leur succès, alors que les consommateurs veulent essayer de nouvelles expériences.

Dans un second temps, des études sur l'industrie microbrassicole traitent de sa présence en région périphérique et son importance pour leur développement local. D'abord, Murray et Kline (2015) étudient l'attractivité touristique de deux microbrasseries situées en région périphérique en Caroline du Nord aux États-Unis. Ils avancent que d'être située en région périphérique contribue à l'attractivité de ces microbrasseries, puisque de nombreux visiteurs des régions centrales fréquentent ces lieux pour vivre une expérience culturelle locale distincte. Ensuite, l'étude d'Argent (2018) prend place dans les régions périphériques de l'Australie alors qu'il étudie la contribution de 16 microbrasseries au développement communautaire local. Il explique que les fondements du néolocalisme exprimés par les microbrasseries permettent d'inciter les résidents locaux et les visiteurs à consommer localement favorisant le développement de ces entreprises et des régions périphériques. Puis, Talmage et al. (2020)

étudient comment le néolocalisme est exprimé dans 41 microbrasseries de la région périphérique de Finger Lakes dans l'État de New York. Leur étude révèle l'importance du néolocalisme en région périphérique, alors qu'il permet d'être un levier pour les communautés locales désireuses d'attirer des visiteurs.

Dans un troisième temps, plusieurs études de l'industrie microbrassicole se penchent sur son apport au succès et à l'attractivité touristique. Plummer et al. (2005) étudient le tourisme brassicole en se penchant sur le cas de la route des bières Waterloo-Wellington en Ontario au Canada. Ils concluent que les microbrasseries présentes sur la route surpassent l'idée de compétition et travaillent ensemble afin de promouvoir le tourisme brassicole dans la région. De plus, selon eux, l'incorporation de produits locaux recherchés par les touristes contribue à l'attractivité des microbrasseries de la route et de la région. Les résultats de leur étude permettent de constater qu'en raison de la popularité gagnée par la route et les autres routes brassicoles, de nombreux touristes préparent leurs vacances en fonction de la découverte de routes brassicoles. Il y a donc toute cette idée d'attractivité orchestrée par le regroupement de microbrasseries au sein d'une organisation touristique.

Pour sa part, Alonso (2011) examine le potentiel de développement de l'industrie du tourisme brassicole dans l'État de l'Alabama aux États-Unis. Alors que l'industrie microbrassicole est relativement récente en Alabama, Alonso identifie le possible lien de développement et de partenariat entre les microbrasseries et l'industrie touristique. Il explique que les microbrasseries profitent grandement de l'achalandage touristique pour se développer, mais qu'elles contribuent également à l'attractivité de touristes supplémentaires dans la région profitant à son tour à l'industrie touristique. Ensuite, Rogerson et Collins (2015) étudient l'émergence et la croissance du tourisme brassicole en Afrique du Sud. Leurs résultats

démontrent que le tourisme brassicole représente une nouvelle opportunité afin contribuer au développement touristique de plusieurs régions au pays. Ils ajoutent que cette croissance microbrassicole peut être un moteur économique pour le développement de petites villes d'Afrique du Sud. Puis, Nelson (2021) examine dans quelle mesure les visiteurs des microbrasseries consomment les produits locaux à travers les thèmes du produit, du lieu et de l'expérience. Cette étude prend place dans les cinq agglomérations urbaines principales du Texas. Les résultats démontrent que le produit de la bière et la microbrasserie sont des expériences significatives pour les visiteurs. C'est en particulier l'opportunité d'établir des connexions locales par des interactions sociales dans les microbrasseries qui attire les visiteurs dans ces lieux.

Alors que les théories sur l'émergence de nouvelles industries nous apprennent que celles-ci prennent forme dans différents contextes géographiques et selon des conditions d'émergence différentes, les écrits sur l'industrie microbrassicole sont pour leur part unanimes. Qu'il soit mis en pratique en région centrale ou en région périphérique, le modèle d'émergence des microbrasseries reste principalement centré sur la promotion de l'environnement local. Effectivement, les microbrasseries sont des entreprises qui semblent se développer selon de fortes conditions identitaires et sociales. Les écrits sur le néolocalisme en sont un bon exemple. Nombreuses sont les recherches qui utilisent l'exemple de l'industrie microbrassicole pour démontrer sa tendance néolocale à développer une identité et une loyauté locale en plus d'être des entreprises engagées dans leur communauté. De plus, certaines études sur l'industrie microbrassicole en région périphérique vont également mentionner le néolocalisme comme une cause importante du développement et de la croissance de l'industrie dans ces régions. Aussi, certains chercheurs vont relier le succès des microbrasseries à leur capacité à créer un

sentiment d'appartenance propre au lieu. C'est d'ailleurs un élément favorable au développement du tourisme brassicole alors que les écrits mentionnent que cette création d'un sentiment d'appartenance au lieu et l'ancrage local des microbrasseries sont des éléments recherchés par les touristes. Finalement, le tourisme brassicole est en pleine ascension tout comme l'industrie. Les écrits le démontrent, les caractéristiques du néolocalisme et la présence de microbrasseries en région périphérique sont deux éléments qui contribuent à l'attractivité des microbrasseries et au développement d'une activité touristique brassicole.

3.2.5. Positionnement de la recherche

Cette revue de littérature mobilise plusieurs théories distinctes se rapportant aux conditions d'émergence d'une nouvelle industrie et du contexte local dans lequel elle s'insère. D'abord, la géographie économique évolutionniste renferme deux groupes principaux présentant à leur façon les facteurs d'émergence de nouvelles industries. Alors que le premier groupe mise sur les attributs de la firme et sa relation avec son environnement local pour expliquer l'émergence de trajectoires industrielles, le second groupe pousse la réflexion en ajoutant que d'autres éléments tels que l'importance d'inclure des acteurs autres que la firme et de sortir du contexte local. Cette littérature sur les conditions d'émergence de nouvelles industries permettra de comprendre selon quel processus émerge l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec. Ensuite, l'étude du néolocalisme nous apprend que ces diverses caractéristiques telles que la création d'une identité locale, l'engagement communautaire et la valorisation du milieu local permettent de comprendre comment les industries vont se développer au niveau local. Alors que l'industrie microbrassicole est souvent liée à la valorisation du néolocalisme dans son modèle de développement, cette théorie sera utilisée afin d'analyser le fonctionnement des

microbrasseries, mais surtout pour tenter de comprendre comment elles contribuent au développement de leur région.

De son côté, la littérature sur le développement industriel en région périphérique démontre toute la difficulté de développer des activités économiques dans ces régions. Toutefois, certaines études présentent que l'émergence d'industries en région périphérique est possible, mais selon des conditions et mécanismes précis tels que des politiques publiques favorables, des afflux de connaissances provenant de l'extérieur et la valorisation des ressources du territoire. Ces notions sur le développement industriel en région périphérique permettront d'observer dans le contexte de l'Est du Québec si l'industrie microbrassicole développe des mécanismes permettant de contrer l'éloignement des grands centres urbains et si ces mécanismes permettent à l'industrie de contribuer au développement de la région. La recension de la littérature sur l'industrie microbrassicole permet de constater que la valorisation du contexte local représente pour les microbrasseries l'une des caractéristiques principales de leur développement. On apprend également qu'en soutenant des caractéristiques propres au néolocalisme, cette industrie jouit d'une certaine attractivité, et ce, même en région périphérique. Le cas de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec permettra d'observer où cette industrie dans cette région se situe par rapport aux caractéristiques de l'industrie globale.

La mobilisation des diverses théories a pour but de pouvoir faciliter le positionnement de la recherche afin d'observer le fonctionnement d'une nouvelle industrie, dans ce cas-ci l'industrie microbrassicole, et sa contribution au développement local.

3.3. La région de l'Est du Québec

En raison de la localisation de la route des bières de l'Est du Québec, notre étude se concentre sur la portion sud de l'Est du Québec (au sud du fleuve Saint-Laurent) soit les régions administratives du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine. Cette région est bordée par le fleuve Saint-Laurent à l'Ouest et au Nord, la région de Chaudière-Appalaches au Sud et le Nouveau-Brunswick et le Maine (États-Unis) à l'Est. Elle débute à La Pocatière (Bas-Saint-Laurent) au Sud-Ouest pour se rendre jusqu'à L'Anse-à-Beaufils (Gaspésie) au Nord-Est. Pour leur part, les Îles-de-la-Madeleine se retrouvent au large de la Gaspésie dans le Golfe du Saint-Laurent et sont accessibles que par bateau et avion.

La superficie totale de la région est de 42 457 km² pour 3,27% de la superficie totale de la province du Québec. La région renferme également 3,37% de la population totale du Québec (Ministère de l'Économie et de l'Innovation, 2022). L'Est du Québec est caractérisé par sa proximité au fleuve, ses nombreux parcs nationaux résultant notamment du prolongement des Appalaches sur son territoire et ses produits du terroir suscitant tous l'intérêt des touristes (Ministère des Affaires Municipales et de l'Habitation, 2022).

Les principales municipalités de la région du Bas-Saint-Laurent sont Rimouski, Rivière-du-Loup et Matane (voir tableau 6). La municipalité de Rimouski compte 48 664 habitants pour un taux de croissance de la population de 3,8% entre 2011 et 2016. Le revenu total moyen par habitant à Rimouski est le plus élevé de tout l'Est du Québec avec une valeur de 41 071\$ par année. Pour sa part, Rivière-du-Loup est peuplé de 19 507 habitants avec un faible taux de croissance de la population de 0,3%. La ville se démarque par son importante part des emplois dans le secteur des services d'hébergement et de la restauration avec un total de 10,1% des emplois en comparaison à 6,5% pour la moyenne provinciale. Étant la troisième ville

d'importance au Bas-Saint-Laurent, Matane, abrite 14 311 habitants avec un taux de croissance de la population négatif de -1,0%.

Plus au Nord-Est, les municipalités de Gaspé, la municipalité des Îles-de-la-Madeleine et Chandler représentent les centres principaux de la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine. Gaspé compte 14 568 habitants, mais présente un haut taux de décroissance de sa population avec -3,9%. La municipalité demeure le principal foyer de population de la région. La municipalité des Îles-de-la-Madeleine se retrouve coupée du reste de la région sans aucun accès terrestre à la Gaspésie. Sa population est de 12 010 habitants avec un taux de croissance négatif de -2,3%. Le taux de chômage relativement élevé aux Îles-de-la-Madeleine (12,4%) témoigne de la saisonnalité des activités économiques de la municipalité. Finalement, la ville de Chandler en Gaspésie compte 7546 habitants avec un taux de croissance de la population négatif de -2,0%. Le revenu total moyen est de 34 266\$, ce qui en fait le plus bas parmi toutes les principales villes de la région (Ministère de l'Économie et de l'Innovation, 2020; Statistique Canada, 2016). Bien que « périphériques », certaines des municipalités du Bas-Saint-Laurent ne sont toutefois pas pour autant excentrées que certaines en Gaspésie et aux Îles-de-la-Madeleine: elles disposent par ailleurs d'une modeste armature urbaine, étant notamment le cas de Rimouski.

L'Est du Québec est considéré, au sein de la province du Québec, comme une région ressource qui se démarque par rapport aux autres régions du Québec par son éloignement aux principaux centres urbains (Montréal et Québec) et ses conditions de développement largement tributaires de l'extraction des ressources et des activités touristiques. Les deux régions comprises dans la portion sud de l'Est du Québec rassemblent d'importants attributs des régions périphériques. En effet, en ce qui concerne son caractère périphérique, la principale ville du Bas-Saint-Laurent

(Rimouski) se retrouve à 317 km du centre urbain de la ville de Québec et à 547 km de la ville de Montréal (principale ville de la province du Québec). En ce qui concerne la région de la Gaspésie, la ville de Gaspé en Gaspésie se situe à 694 km de Québec et à 924 km de Montréal (Google Maps, 2022).

La densité de la population dans l'Est du Québec est un autre élément qui démontre l'aspect périphérique de la région. Le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine comptent respectivement 8,9 hab./km² et 4,5 hab./km² comparativement à l'agglomération urbaine de Montréal qui est de 4156 hab./km². En plus de son caractère périphérique, l'Est du Québec est caractérisé par sa ruralité, alors que la population rurale du Bas-Saint-Laurent compte pour 47,6% des habitants de la région et celle de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine pour 96,8% des habitants en comparaison à la moyenne du Québec qui est de 18,5% (Ministère de l'Économie et de l'Innovation, 2022). De plus, la part des emplois en agriculture, foresterie, pêche et chasse dans l'Est du Québec est plus de trois fois supérieure à celle de la province. De par son éloignement des grands centres urbains, sa faible densité de population et ses activités économiques dans les secteurs des ressources et de la transformation, la région de l'Est du Québec est habituellement identifiée comme une région périphérique (Doloreux et al., 2021; Polèse et Shearmur, 2002).

Tableau 6. Caractéristiques socioéconomiques des principales villes des régions de l'Est du Québec (2016)

Caractéristiques	Bas-Saint-Laurent				Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine				Province du Québec
	Rimouski	Rivière-du-Loup	Matane	Bas-Saint-Laurent	Gaspé	Îles-de-la-Madeleine	Chandler	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	
Population totale	48 664	19 507	14 311	197 385	14 568	12 010	7546	90 311	8 164 361
Population 25-44 ans	10 940	4405	2830	40 980	3050	2230	1320	17 235	2 067 980
Population 45-64 ans	14 535	5710	4545	62 205	5050	4465	2580	31 180	2 338 005
Population 65 ans et plus	10 995	4710	3795	46 740	3115	2925	2145	22 685	1 495 195
Croissance de la population (%) (2011-2016)	3,8	0,3	-1,0	-1,3	-3,9	-2,3	-2,0	-4,0	3,3
Revenu total moyen (\$) (2015)	41 071	39 672	36 826	36 525	38 203	37 622	34 266	34 666	42 546
Taux d'emploi (%)	55,7	58,3	51,2	53,3	52,5	54,3	43,5	46,0	59,5
Taux de chômage (%)	7,5	5,2	10,0	9,0	11,5	12,4	11,4	15,3	7,2
Résidents de 15 ans et plus à l'emploi	24 030	9705	6790	94 575	7235	6425	3215	41 785	4 255 495
Part des emplois dans le secteur primaire (%) (2020)	NA	NA	NA	7,3	NA	NA	NA	6,1	2,3
Part des emplois en agriculture, foresterie, pêche et chasse (%)	1,9	2,4	2,8	6,6	5,2	12,4	4,7	7,5	2,0
Part des emplois en arts, spectacles et loisirs (%)	1,7	1,0	1,5	1,4	2,1	1,2	1,9	1,9	2,0
Part des emplois en services d'hébergement et de restauration (%)	7,2	10,1	6,7	6,7	6,4	7,1	5,9	7,0	6,5

Source : Statistique Canada et le Ministère de l'Économie et de l'Innovation.

3.4. Méthodologie

Cette étude de cas concerne le développement de l'industrie des microbrasseries artisanales dans la région périphérique de l'Est du Québec et tente d'expliquer le rôle et la contribution de cette nouvelle industrie au développement économique régional. À notre connaissance, il n'existe aucune recherche qui examine spécifiquement l'apport d'une nouvelle industrie comme celle de la microbrasserie au développement économique des régions périphériques québécoises. En raison du caractère exploratoire de l'étude, le cas de l'industrie des microbrasseries artisanales a été choisi dans le but de permettre une analyse plus flexible des questions de recherche liées à notre objet d'étude (Creswell, 2013). De plus, cette étude peut être qualifiée d'étude de cas inductive et théoriquement informée (Eisenhardt, 1989). Elle est basée sur les preuves théoriques empiriques existantes en lien avec les facteurs de développement d'une nouvelle industrie et sa contribution au développement économique de son milieu. Les études recueillies et les analyses effectuées permettent de préciser et valider notre recherche.

L'approche méthodologique s'appuie sur les huit (8) étapes suggérées par Eisenhardt (1989) pour la construction d'une théorie à partir d'une étude de cas (voir le tableau 7). Cette approche propose une segmentation du processus de recherche mettant en œuvre différentes étapes de sa réalisation et de sa construction afin de détailler son cheminement.

Tableau 7. Processus de création de la théorie d'Eisenhardt (1989)

Étapes	Activités	Raisons
Commencement	Définition de la question de recherche	Concentrer les efforts
	Possibilité d'un premier construit	Fournit un meilleur ancrage des mesures de construction
Sélection de cas	Ni la théorie, ni les hypothèses	Conserve la flexibilité théorique
	Population spécifiée	Limite la variation étrangère et affine la validité externe
Fabrication d'instruments et de protocoles	Plusieurs méthodes de collecte de données	Renforce l'ancrage de la théorie par la triangulation des preuves
	Données qualitatives et quantitatives combinées	Vision synergique des preuves
	Plusieurs enquêteurs	Favorise des perspectives divergentes et renforce l'ancrage
Entrer sur le terrain	Chevauchement de la collecte et de l'analyse des données, y compris les notes de terrain	Accélère les analyses et révèle des ajustements utiles à la collecte de données
	Méthodes de collecte de données flexibles et opportunistes	Permet aux enquêteurs de tirer parti de thèmes émergents et de caractéristiques de cas uniques
Analyse des données	Analyse intra-cas	Se familiarise avec la génération de données et des théories préliminaires
	Recherche de motifs croisés utilisant des techniques divergentes	Oblige les enquêteurs à regarder au-delà des impressions initiales et à voir les preuves à travers plusieurs lentilles.
Formuler des hypothèses	Tabulation itérative des preuves pour chaque construit	Affine la définition, la validité et la mesurabilité des concepts

	Réplication, pas d'échantillonnage, logique entre les cas	Confirme, étend et affine la théorie
	Rechercher des preuves pour savoir 'pourquoi' derrière la relation	Construit de validité interne
Littérature enveloppante	Comparaison avec la littérature contradictoire	Renforce la validité interne, élève le niveau théorique et affine la définition du construit
	Comparaison avec la littérature similaire	Aiguise la généralisation, améliore la définition de la construction et élève le niveau théorique
Atteindre la fermeture	Saturation théorique quand c'est possible	Termine le processus lorsque l'amélioration marginale devient faible

Source : Données fictives fournies à des fins d'illustration uniquement

La première étape, *le commencement*, consiste à identifier les questions de recherche. Celles-ci, sont issues d'une analyse documentaire visant à identifier et à rendre compte des principaux facteurs de développement et de l'apport des microbrasseries au développement des régions périphériques, comme indiqué précédemment. Dans un premier temps, nous cherchons à comprendre et décrire les principales activités des microbrasseries de l'Est du Québec. Par la suite, nous analysons en quoi les activités de cette industrie contribuent au développement économique des régions périphériques. Un aperçu de la littérature pertinente a été présenté dans les premières sections de cet article.

La seconde étape, *la sélection des cas*, est représentée par le choix de l'étude de cas. Notre choix s'est arrêté sur le cas de la route des bières de l'Est du Québec qui comprend dix-neuf microbrasseries au Bas-Saint-Laurent, en Gaspésie et aux Îles-de-la-Madeleine. Le Québec comprend quatre routes brassicoles touristiques sur l'ensemble de son territoire, mais, en raison de notre question de recherche, la route des microbrasseries de l'Est du Québec s'avérait être le cas idéal pour notre étude, car les régions concernées par celle-ci sont considérées comme étant périphériques et rurales tout en concentrant un nombre important de microbrasseries (Association des microbrasseries du Québec, 2021). Les trois autres routes brassicoles du Québec se situent plus près des régions de Montréal et Québec ou des régions centrales à proximité de ces régions métropolitaines et comportent toutes des villes régionales d'importances d'au moins 100 000 habitants. Donc, selon nous, la route des bières de l'Est du Québec était celle qui était le moins influencée par l'effet des centres métropolitains, et allait de ce fait, nous permettre de bien saisir la contribution de cette industrie au développement des régions éloignées.

La troisième étape, *la fabrication d'instruments et de protocoles*, est représentée par le choix de la méthode de collecte de données. Dans la mesure où le développement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec et son apport au développement de cette région n'est pas très documenté, nous avons décidé d'utiliser l'entrevue semi-dirigée afin de collecter nos données. Cette méthode de collecte de données vise à aller chercher de l'information qui ne peut pas être collectée par documentation ou par observation. Elle permet également de centrer le discours des personnes interrogées autour de thèmes définis tout en laissant une certaine liberté pour couvrir les sujets souhaités. Afin de collecter un maximum d'information sur notre objet d'étude, nous avons construit un guide d'entretien basé sur les théories et sujets d'importances présents dans la revue de littérature. Au total, nous avons inclus six thèmes dans le guide d'entretien. Chacun de ces thèmes comprend plusieurs questions et porte sur (1) l'entrepreneur et son expérience, (2) le modèle d'affaires, (3) les activités et les stratégies d'innovation, (4) les différentes activités de l'entreprise en lien avec le développement de la région, (5) l'attractivité touristique, et finalement, (6) l'industrie microbrassicole québécoise dans son ensemble. Ces thèmes ainsi que les questions permettent de collecter l'information nécessaire à la réalisation de la recherche. Une fois le guide d'entretien complété, il était nécessaire de cibler les bons répondants pour l'étude. Nous avons opté pour interroger les propriétaires des diverses microbrasseries présentes sur la route des bières de l'Est du Québec en raison de leur connaissance de l'entreprise qu'ils avaient, pour la plupart, fondée, de leur connaissance de leurs produits, de l'industrie microbrassicole et de leur région.

La quatrième étape, *entrer sur le terrain*, englobe la collecte de données sur le terrain. Nous avons commencé par identifier les dix-neuf microbrasseries membres de la route des bières

de l'Est du Québec en rassemblant leur contact via le Registre des titulaires de permis de producteur artisanal de bière et des informations fournies sur le site internet de la Route des bières de l'Est du Québec. Le premier contact s'est fait par courriel et visait à sonder l'intérêt des propriétaires des microbrasseries à participer à l'étude. Suite à cette approche, seulement quatre des dix-neuf microbrasseries de la route ont répondu favorablement. Le second contact s'est alors fait par téléphone auprès des divers propriétaires microbrassicoles de la route. Ce deuxième contact fut plus concluant, alors qu'un total de onze microbrasseries de plus étaient intéressées à participer à l'étude. Les entrevues ont été réalisées en personne dans les différentes microbrasseries au Bas-Saint-Laurent et en Gaspésie durant le mois d'octobre 2021. Parmi les quinze entretiens, deux entretiens ont été réalisés par vidéoconférence. Chacun des entretiens était d'une durée qui variait entre 30 minutes et 105 minutes.

La cinquième étape, *analyse des données*, consiste à analyser les informations issues des entretiens. Suite à la collecte des données sur le terrain, nous avons étudié les informations recueillies sur les principales activités des microbrasseries de l'Est du Québec et leur contribution au développement régional. La structure des entrevues sous forme de thèmes et l'analyse des différents résultats nous ont permis d'identifier des schémas de similitudes à travers les diverses entrevues. En effet, la création de verbatims pour chacun des quinze entretiens a permis de structurer les réponses des répondants. Plusieurs lectures des verbatims ont été réalisées afin de ressortir les thématiques importantes, les similitudes et les différences au niveau des activités des microbrasseries et la contribution de celles-ci au développement de leur région. Après ces analyses, les implications présentées dans l'étude furent tracées.

La sixième étape, *la formulation des hypothèses*, consiste à construire la théorie et la validité interne. À la base, lors de la mise en place de la recherche, aucune hypothèse n'avait été formulée en raison du caractère exploratoire de la recherche. En raison d'une revue de littérature, nous avions à l'idée qu'une industrie nouvelle comme celle des microbrasseries représentait un vecteur de développement économique pour les régions périphériques, mais nous ne savions toutefois pas l'importance et l'étendue de son effet dans le cas précis des régions de l'Est du Québec. Il fallait donc construire notre propre théorie à l'aide d'entretiens. L'analyse des données recueillies lors des entretiens a permis de faire ressortir trois thématiques principales en lien avec la contribution au développement économique des microbrasseries dans ces régions. Ces trois thèmes clés sont présentés et analysés en détail dans la section des résultats et figurent au cœur de la contribution théorique de ce papier.

La septième étape, *la littérature enveloppante*, vise à mettre en relation les résultats de notre recherche avec la littérature existante. Cet exercice permet d'identifier des similarités et des différences entre les résultats et la littérature afin d'identifier des généralisations et ainsi augmenter la validité des implications théoriques. La validité de la recherche fut construite durant toute la phase de collecte de données allant de la revue de littérature à la compilation, l'analyse et l'interprétation des résultats. La triangulation de ces données a permis d'établir une chaîne de preuves en fonction de diverses perspectives sur un sujet semblable basé sur différentes sources de données et différentes procédures de collecte de données. La comparaison des résultats des entrevues et la littérature permettent de comprendre l'idée de développement des régions périphériques et le rôle d'une industrie

nouvelle. De plus, cette étape amène à situer notre recherche et confirmer son apport à la littérature existante.

La huitième et dernière étape, *atteindre la fermeture*, représente la conclusion de la recherche. Le processus de conclusion des entretiens a été arrêté lorsqu'il n'était plus possible d'ajouter de nouvelles microbrasseries à l'étude. À la base, il n'y avait pas de nombre prédéterminé d'entretiens à atteindre. Cependant, notre étude comprenait un nombre limité de microbrasseries (19) et il était important d'obtenir un nombre suffisant d'entretiens afin de comprendre le phénomène étudié. Au niveau de la collecte de données, le processus s'est arrêté lorsque l'obtention de nouvelles perspectives liées à de nouvelles informations était limitée et par surcroît, limitait aussi l'apport à la théorie sur le sujet. L'analyse des données collectées dans son ensemble a permis, en conclusion, d'identifier des implications théoriques et pratiques qui contribueront à la littérature sur l'apport de nouvelles industries au développement des régions périphériques.

3.5. Résultats

La présentation des résultats est organisée en quatre sections. Nous présenterons d'abord les 19 acteurs brassicoles de la route des bières de l'Est du Québec. Par la suite s'enchaîneront les présentations des facteurs d'émergence de l'industrie dans l'Est du Québec, l'entreprise brassicole dans le contexte local et le tourisme brassicole. Chacune des sections reflètera les résultats des entretiens par la présentation de plusieurs citations. Les résultats sont également enlignés sur la présentation du fonctionnement de l'industrie brassicole de l'Est du Québec afin de comprendre comment elle contribue au développement de la région.

3.5.1. Les acteurs microbrassicoles de l'Est du Québec

Cette section vise à présenter les acteurs de la route des bières de l'Est du Québec. La route des bières de l'Est du Québec a été créée en 2011 et s'inscrit dans un processus de construction régionale culturelle et identitaire impliquant de nouveaux acteurs, inscrits dans une pluralité d'espaces locaux comprises dans la région de l'Est du Québec. Cette route touristique compte aujourd'hui dix-neuf membres (tableau 8). La première microbrasserie de l'Est du Québec fut *À l'Abris de la Tempête* fondée en 2004 aux Îles-de-la-Madeleine. Dès 2010, la région comptait déjà six microbrasseries réparties entre Rimouski et les Îles-de-la-Madeleine. Entre 2010 et 2019, ce n'est pas moins de treize microbrasseries qui ont émergé dans l'Est du Québec, dont la plus récente fondée en 2019 à Rivière-Ouelle dans le Bas-Saint-Laurent : *La Baleine Endiablée*. Sur la route des bières, on compte dix microbrasseries au Bas-Saint-Laurent et neuf dans la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine.

C'est au total dix-neuf microbrasseries qui ont été développées sur près de vingt ans dans l'Est du Québec. Ces dix-neuf microbrasseries pour une région au Québec représentent un développement relativement modeste en comparaison à d'autres régions de la province, notamment les régions de la Montérégie, Montréal et la Capitale-Nationale qui chacune comprend plus de trente microbrasseries. Par contre, étant relativement modeste en comparaison à certaines régions du Québec, le développement microbrassicole dans l'Est du Québec est comparable aux autres régions périphériques du Québec comme le Saguenay-Lac-Saint-Jean et l'Estrie qui comprennent un nombre relativement similaire de microbrasseries (Association des microbrasseries du Québec, 2021).

Tableau 8. Contexte de la route des bières de l'Est du Québec

Nom de la microbrasserie	Ville	Région	Année de création	Volume de production (L)	Nombre d'employés (été/hiver)
Ras l'Bock	La Pocatière	Bas-Saint-Laurent	2015	500 000	25/20
La Baleine Endiablée	Rivière-Ouelle	Bas-Saint-Laurent	2019	36 000	50/8
Tête d'Allumette	Saint-André-de-Kamouraska	Bas-Saint-Laurent	2013	125 000	32/7
Le Secret des Dieux	Pohénégamook	Bas-Saint-Laurent	2016	75 000	40/12
Aux Fous Brassant	Rivière-du-Loup	Bas-Saint-Laurent	2012	100 000	13/5
Le Caveau	Trois-Pistoles	Bas-Saint-Laurent	2017	110 000	14/5
Le Bien, le Malt	Rimouski	Bas-Saint-Laurent	2008	N/A	18/14
L'Octant	Rimouski	Bas-Saint-Laurent	2018	120 000	2/2
Le Ketch	Sainte-Flavie	Bas-Saint-Laurent	2018	100 000	35/8
La Captive	Amqui	Bas-Saint-Laurent	2010	N/A	N/A
La Fabrique	Matane	Gaspésie-Îles-de-la-madeleine	2010	150 000	50/20
Le Malbord	Sainte-Anne-des-Monts	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2014	80 000	14/6
Le Frontibus	Rivière-au-Renard	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2017	72 000	17/5

Cap Gaspé	Gaspé	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2017	N/A	N/A
Pit Caribou	L'Anse-à-Beaufils	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2007	1 100 000	55/40
Auval	Val d'Espoir	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2015	N/A	N/A
Brett et Sauvage	Sainte-Thérèse-de-Gaspé	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2019	15 000	8/6
Le Naufrageur	Carleton-sur-Mer	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2008	200 000	70/30
À l'abris de la tempête	L'Étang-du-Nord	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2004	300 000	50/15

Source : Compilation par l'auteur

Le développement récent de l'industrie microbrassicole et l'émergence de la route touristique dans l'Est du Québec sont en partie dus à la présence de microbrasseries pionnières comme *Pit Caribou*, *À l'Abris de la Tempête* et *le Naufrageur* qui ont su paver la route et démontrer qu'il était possible d'avoir du succès dans ce milieu, et ce, même en région périphérique.

Au niveau de la création d'emplois, les dix-neuf microbrasseries de l'Est du Québec contribuent à créer environ 220 emplois et 550 emplois en saison touristique (mai à septembre). Ce nombre d'emplois est relativement modeste par rapport à l'échelle de la province alors que l'industrie contribue à créer près de 5000 emplois (Groupe DDM, 2018).

Apparue dans l'Est du Québec au début des années 2000, l'industrie microbrassicole de cette région voit naître environ une nouvelle microbrasserie par année. Le nombre de microbrasseries que l'Est du Québec renferme est comparable aux autres régions périphériques de la province. De plus, la création d'emplois orchestrée par les microbrasseries de l'Est du Québec reste modeste par rapport à l'échelle provinciale. Bref, ces résultats purement quantitatifs permettent d'avoir un ordre de grandeur de l'industrie brassicole dans l'Est du Québec et de son apport au développement de la région.

3.5.2. Le développement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec

De façon générale, les répondants brassicoles de l'Est du Québec ont indiqué être des passionnés de bière ayant pour la plupart commencé à brasser récréativement avec comme rêve d'avoir un jour leur propre microbrasserie. Les raisons d'ouverture des microbrasseries dans l'Est du Québec sont assez similaires selon les répondants. Les plus évoquées sont la passion pour la bière et le désir de transmettre cette passion, pour offrir un lieu rassembleur dans de petites localités et pour contribuer au développement local de leur municipalité.

Dans l'ensemble des cas, l'ouverture des microbrasseries dans l'Est du Québec a été marquée par l'obtention de permis, le perfectionnement des techniques, le brassage à bas volume et la faible variété de bières. Les conditions d'émergence des microbrasseries se rapportent dans la majeure partie des cas au désir des propriétaires d'ajouter à l'offre d'activité dans leur région natale. Par contre, certains répondants ont indiqué vouloir contribuer au développement économique, social ou culturel de leur région :

« Pour ajouter de la vie au village, parce que si tu enlèves la microbrasserie, il n'y a pas grand-chose à faire ici. » (Répondant 1)

« J'étais vraiment *mindé* à faire de quoi au centre-ville du village. Pour aider la revitalisation du centre-ville. » (Répondant 10)

« C'est un village qui est très touristique, donc on trouvait que ça allait de soi de faire ça là. » (Répondant 3)

Ces facteurs et conditions d'émergence des microbrasseries de l'Est du Québec permettent de comprendre et de réaliser que le développement de l'industrie varie par rapport au modèle d'émergence des industries en région métropolitaine. Jonas (2012) explique que le modèle de développement industriel en région périphérique suit un discours politique et économique nouveau en comparaison aux régions métropolitaines laissant place à la création de nouvelles idées et d'identités. Selon lui, les régions périphériques présentent un assemblage de relations sociales, économiques et politiques distantes de ce que l'on peut retrouver en région centrale. Cela explique nos résultats selon lesquels l'industrie microbrassicole ne se base pas sur la présence d'un système comprenant des entreprises locales innovantes, une forte culture entrepreneuriale ou des organisations de support pour émerger et se développer.

Cette nouvelle trajectoire industrielle se détache des théories d'émergence expliquées en géographie économique évolutionniste étant davantage expliquée et interprétée par le néolocalisme suivant des conditions d'émergence identitaires, sociales et économiques. En effet, ces résultats permettent en quelque sorte d'observer les limites de la géographie économique évolutionniste alors que ce concept ne permet pas de bien expliquer l'émergence de nouvelles industries dans un contexte de néolocalisme et de valorisation du local, et ce, encore plus en région périphérique là où les recherches sur la géographie économique évolutionniste sont à développer. L'attachement à la terre natale, la contribution au développement communautaire et la participation à l'attractivité touristique figurent parmi les facteurs qui expliquent l'émergence des microbrasseries de l'Est du Québec. Ces observations sont mises de l'avant dans les recherches de Flack (1997) alors qu'il confirme que les microbrasseries vont valoriser le caractère local de leur territoire et le développement d'un sentiment d'appartenance communautaire pour se développer et contribuer au développement de leur localité. De leur côté, Schnell et Reese (2003) parlent de l'attachement à la terre natale comme un facteur d'émergence des microbrasseries qui vont développer une loyauté locale envers leur environnement.

Ces entreprises brassicoles émergent selon des processus identitaires et sociaux forts. Les différentes raisons derrière leur émergence et leur choix de localisation laissent croire qu'elles suivent leur propre parcours d'émergence et de développement orienté par le néolocalisme. Effectivement, les microbrasseries de l'Est du Québec démontrent leur attachement au lieu, la valorisation de leur territoire et leur volonté de participer au développement communautaire. Ces résultats ajoutent à l'idée que le développement de nouvelles trajectoires industrielles s'explique aujourd'hui par de multiples facteurs et

l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec en est un bel exemple. Centrées sur le désir de contribuer au développement de leur communauté et de transmettre leur passion pour la bière artisanale, les microbrasseries semblent suivre un modèle d'émergence singulier étant relié à un fort sentiment d'appartenance propre au lieu.

3.5.3. Les microbrasseries de l'Est du Québec dans le contexte local

Cette section cherche à comprendre comment l'industrie microbrassicole se développe dans son contexte local. En d'autres mots, elle examine la relation entre l'industrie et son environnement local. Les cinq sous-sections qui suivent permettront d'observer comment l'industrie et son fonctionnement s'insèrent dans le contexte local et comment ce contexte appuie et contribue au développement de la région de l'Est du Québec.

3.5.3.1. Activités liées à la production et la vente

Comme nous le savons, le produit final mis en marché par les microbrasseries est la bière qui figure dans la catégorie des produits agroalimentaires. Pour être produite et commercialisée, la bière nécessite plusieurs ingrédients. Les ingrédients de base de la bière sont l'eau, le malt, le houblon et les levures. L'approvisionnement en ingrédients représente l'une des activités principales liées à la production de ces entreprises.

Les entretiens révèlent que l'approvisionnement local semble de façon générale relativement modeste, alors qu'elle se fait en grande partie à l'extérieur de la région, voire du pays. L'absence de fournisseurs locaux à proximité des microbrasseries, et ce, surtout en région périphérique contribue à cet approvisionnement extérieur. En effet, ce message est exprimé par la plupart des dirigeants des microbrasseries de l'Est du Québec qui expliquent que plus la microbrasserie produit de bière, plus elle nécessite un grand volume d'ingrédients qui ne peut souvent pas être fournis par les fournisseurs locaux du Québec en

raison d'une grande demande pour une offre trop faible. Dans ce cas, les microbrasseries n'ont pas le choix de s'approvisionner ailleurs au Canada, aux États-Unis ou en Europe :

« Il y a quelques bières récemment que je n'ai pas eu le choix,
j'ai dû acheter du malt européen parce qu'il n'avait plus rien
sur le marché. » (Répondant 12)

Aussi, il arrive que les microbrasseries aient besoin d'ingrédients que l'on ne retrouve pas au Québec, tel que certaines variétés de houblons, de malt ou des fruits exotiques :

« Pour certains types de malt, on n'est pas capable des avoirs au
Québec, c'est le marché international qui nous fournit. » (Répondant 13)

Malgré le fait que l'offre des fournisseurs locaux du Québec n'est pas encore à la hauteur de la demande des microbrasseries de la province, la volonté de s'approvisionner localement est présente. La totalité des répondants rencontrés ont indiqué favoriser l'achat local. De ce fait, cette volonté d'acheter localement commence à contribuer au développement de l'offre au Québec, alors que les producteurs de malt, de levures et de houblon sont de plus en plus nombreux :

« Il y a quand même plusieurs nouveaux produits dans le marché
québécois avec de nouvelles malteries et de nouvelles houblonnières.

[...] Il n'y avait rien avant et maintenant il en a. » (Répondant 3)

Cependant, le message fort reste que la production des microbrasseries de l'Est du Québec est trop importante par rapport à la disponibilité des ingrédients de base permettant difficilement un approvisionnement local. L'importation d'ingrédients de base soulève tout l'aspect autour de la provenance locale du produit alors que la bière est le résultat d'une combinaison de produits importés avec de l'eau locale. Malgré cela, les microbrasseries de

l'Est du Québec tentent de produire des bières à saveur locale. Les entretiens réalisés démontrent qu'un phénomène de néolocalisme est observé dans les microbrasseries de l'Est du Québec alors qu'elles s'inspirent de leur territoire pour produire leurs bières :

« Nous on essaie de faire la cueillette aussi pour les petits ingrédients : les pousses de conifères, les fleurs de trèfle, le thé du Labrador. On part avec le staff pendant l'été, puis on va faire des journées de cueillette. » (Répondant 11)

Si l'approvisionnement en ingrédients de base provient majoritairement de l'international, des aromates d'origine québécoise tels que des petits fruits, des fines herbes ou autres sont souvent ajoutés aux recettes pour donner une touche locale aux bières. La volonté de s'approvisionner localement est présente dans le fonctionnement des microbrasseries de l'Est du Québec et celle-ci contribue au développement de la filiale brassicole québécoise.

Une fois produite, la bière doit être commercialisée pour être vendue. La montée en popularité des microbrasseries a pour effet de provoquer une grande demande qui ne peut souvent pas être comblée par l'offre en raison de niveaux de production modestes. De ce fait, les microbrasseries de l'Est du Québec se retrouvent limitées dans leur marché alors que la production ne permet pas de vendre sur différents marchés :

« On a assez de bière pour fournir la région seulement, mais on veut élargir le rayon de distribution éventuellement. » (Répondant 1)

La plupart des microbrasseries de l'Est du Québec vont donc favoriser une distribution sur place et dans la région en premier lieu afin de satisfaire la clientèle locale pour une question de loyauté et les touristes pour la visibilité:

« Comme la plupart des autres micros, on favorise notre clientèle locale d'abord.

Il y a une grosse partie de notre marché qui est local. » (Répondant 10)

En favorisant une distribution locale, les microbrasseries permettent aux résidents locaux d'avoir accès à des produits de qualité en tout temps et c'est aussi une façon de remercier la population locale de les soutenir notamment en dehors de la saison touristique là où les microbrasseries de l'Est du Québec ont grandement besoin de leurs consommateurs locaux pour garder un certain seuil de rentabilité :

« Le marché local est super important pour nous, vraiment. C'est notre marché qui nous fait vivre l'hiver. » (Répondant 9)

En effet, le modèle de vente des microbrasseries est influencé par la saison touristique. La grande demande au niveau local en saison estivale provient principalement de l'achalandage touristique. De ce fait, le niveau de production limité des microbrasseries de l'Est du Québec demande une certaine logistique afin de pouvoir répondre à la grande demande au niveau local l'été :

« L'hiver, on vend beaucoup plus de bière à l'extérieur de la région. Quand l'été arrive, on envoie moins à l'extérieur, on la garde plus pour vendre sur place. » (Répondant 7)

En considérant ce qui précède, nous observons que les activités des microbrasseries liées à la production et la vente ont des effets mitigés sur le développement local de la région de l'Est du Québec. D'un côté, la faiblesse de la filiale brassicole québécoise, comprenant les malteries et les houblonnières, permet difficilement aux microbrasseries de s'approvisionner localement pour obtenir leurs ingrédients de base. D'un autre côté, le niveau de production limité des microbrasseries dans l'Est du Québec amène ces dernières

à devoir faire des choix de marchés pour vendre leurs produits. Dans la majorité des cas, la vente sur place et dans la région est favorisée permettant à la population locale d'avoir accès à des produits de qualité et aux touristes de vivre pleinement l'expérience touristique. Cette orientation vers le marché local permet à chaque microbrasserie de suivre un développement local en étant ancrée dans leur communauté contribuant au développement de l'offre au niveau local dans plusieurs petites municipalités en région périphérique.

3.5.3.2. Collaborations et interactions

Dans leurs recherches sur le développement des régions périphériques, Polèse et Shearmur (2006) spécifient que pour favoriser le développement de ces régions, les acteurs locaux doivent travailler ensemble à l'aide de partenariats, de coopérations et de synergies. Les entretiens auprès des microbrasseries de la route des bières de l'Est du Québec ont tous confirmé l'importance des mécanismes d'échange, d'entraide et de coopération entre les microbrasseries pour favoriser leur développement et le développement local.

Tout d'abord, étant situées en région périphérique, les microbrasseries de l'Est du Québec vont développer des systèmes d'entraide et d'échange fort afin de contrer l'éloignement et l'absence d'une masse critique d'acteurs connexes pouvant faciliter le développement. En effet, ces collaborations sont importantes dans le but de favoriser l'attractivité de la clientèle et surpasser la distance des grands centres urbains amenant des coûts de transport important pour l'approvisionnement et la distribution des produits. Les microbrasseries sont motivées par ces collaborations permettant de favoriser le développement de l'industrie tout en étant économiquement rentables. Les entretiens ont révélé que l'éloignement des régions centrales et le manque de ressources amènent les microbrasseries à surpasser le possible esprit de compétition pour s'entraider et combler les lacunes liées au transport et à

l'achalandage pouvant être rencontrées en région périphérique. Les collaborations entre les microbrasseries de l'Est du Québec sont importantes :

« On collabore beaucoup entre brasseurs, par rapport à si on manque d'ingrédients. [...] On est des chums, on s'entraide, on se rencontre. » (Répondant 4)

« On essaye de se mettre ensemble avec d'autres microbrasseries pour être plus efficient au niveau de la distribution. » (Répondant 11)

Ensuite, en plus de contrer l'éloignement et le manque de ressources à proximité, ces collaborations sont également motivées par des éléments sociaux et culturels. Effectivement, l'esprit de communauté en région périphérique est souvent plus important qu'en région centrale. Cette facette peut s'expliquer par une faible concentration de population qui amène à connaître plus facilement les membres de la communauté. De plus, les résidents en région périphérique sont souvent fiers de leurs entreprises locales et souhaitent leur réussite parce qu'ils sont conscients des difficultés supplémentaires d'opérer une entreprise en périphérie :

« En région, on se tient beaucoup. C'est des petites places, tout le monde se connaît, on veut que les entreprises fonctionnent et on veut que les gens travaillent. » (Répondant 4)

Puis, les collaborations dans l'industrie microbrassicole de l'Est du Québec vont parfois au-delà des microbrasseries et s'effectuent également avec d'autres acteurs tels que des producteurs locaux (souvent pour des aromates), des restaurants, des artisans et des événements locaux. Par exemple, certaines microbrasseries vont vendre de leurs bières dans

des restaurants locaux ou lors d'événements, elles vont parfois offrir des espaces à des artisans locaux dans leur boutique, etc.

« On fait des partenariats avec des producteurs locaux.

[...] On fait des partenariats avec une coopérative.

[...] Une fromagerie et un centre de ski également. » (Répondant 2)

Ces collaborations élargies s'opèrent principalement pour des questions de visibilité et de contribution au développement local des régions. En fait, elles reviennent encore une fois à être mises de l'avant dans un but de contrer au maximum les effets des régions périphériques reliées à l'éloignement des centres urbains. Les entrepreneurs locaux s'entraident et souhaitent la réussite de chacun. Comme l'exprime l'un des répondants:

« Les gens viennent ici, consomment local et apprennent à connaître les producteurs et artisans locaux. [...] On veut prioriser l'achat local pour tous. On veut que les gens achètent nos produits, on veut qu'ils achètent les produits de nos collaborateurs. On veut que l'économie locale soit prospère, puis on veut que tout le monde avance ensemble. » (Répondant 4)

Les nombreuses collaborations effectuées par les microbrasseries entre elles et avec d'autres acteurs de l'Est du Québec démontrent qu'il semble y avoir un effet de grappe et de système développé sur des bases de mise en commun pour favoriser la création de nouvelles initiatives. Effectivement, les collaborations mises de l'avant sous forme d'entraide et d'échange permettent à ces entreprises de contrer l'éloignement et l'absence d'une masse critique d'acteurs en région périphérique. Elles permettent également, en étant aussi réalisées avec des acteurs connexes, de favoriser le développement de l'Est du Québec. Cependant, l'effet de la grappe n'est pas déterminé par des conditions liées à la proximité

géographique entre les acteurs, mais plutôt par les collaborations et le partage d'informations.

3.5.3.3. Engagement communautaire

La revue de littérature révèle que les microbrasseries sont des entreprises ancrées localement et qui accordent une grande importance au bien-être de leur communauté et à son développement. De ce fait, l'engagement communautaire est important pour ces entreprises et est partie prenante de leur identité. Les microbrasseries de l'Est du Québec ne font pas exception à la règle et s'engagent à leur façon dans la communauté :

« Le développement de la municipalité et la région c'est super important pour nous. [...] Redonner à la communauté c'est important pour nous. » (Répondant 9)

« Redonner à la communauté, ça fait partie de notre mission. On va tout le temps contribuer au développement de la communauté. » (Répondant 10)

Les entretiens réalisés révèlent l'engagement communautaire des microbrasseries. Celle-ci prend forme de multiples façons : les microbrasseries vont commanditer des événements (triathlon, événements scolaires, activités d'entreprises, etc.), offrir leurs locaux pour des assemblées communautaires, offrir des dons monétaires directs ou grâce à des collectes de fonds et donner gratuitement de leur temps pour des événements divers tels que des événements sportifs, des festivals, des soupes populaires, etc.

« On a fait un don pour permettre l'ouverture d'une école de permaculture. On a fait un don aussi pour le camp de jour pour financer les services. On travaille également sur plein de projets de financement avec la ville. » (Répondant 5)

« On soutient des petits organismes financièrement, en sachant que ça leur permet, à eux de survivre. » (Répondant 13)

« On utilise nos locaux pour la soupe populaire, tous les dimanches, tu viens manger la soupe gratuite ici. » (Répondant 11)

Les entretiens sont nombreux à révéler l'implication communautaire des microbrasseries de l'Est du Québec et les répondants ont tous mentionné que lorsque la situation le permet ils sont heureux de redonner à la communauté. Ces initiatives sont prises par les microbrasseries alors que ces dernières ont à cœur le développement de leur communauté et de leur région. Les nombreux dons offerts, le temps alloué à certaines causes et les commandites d'activités sont tous des éléments mis de l'avant par les microbrasseries de l'Est du Québec et qui ont le pouvoir de contribuer au développement de leur région.

3.5.3.4. Autres activités connexes

En plus des activités reliées au produit de la bière, certaines microbrasseries développent d'autres activités telles que l'offre d'un service de restauration, l'offre de spectacles, la mise en place d'une boutique à la microbrasserie, l'offre d'un lieu d'hébergement et des activités de recherche et développement. Ces activités connexes sont développées par les microbrasseries afin d'aller chercher un certain seuil de rentabilité leur permettant de suivre un développement soutenu. C'est le cas de la microbrasserie la Fabrique qui offre plusieurs types d'activités, notamment au niveau de la vente de produits dérivés, de la restauration ou encore par l'organisation de spectacles.

De plus, la microbrasserie le Naufrageur offre également plusieurs activités, alors qu'elle possède une boulangerie à l'adresse voisine, tout en faisant la promotion d'activités d'arts

visuels et de poésie. De leur côté, la microbrasserie la Baleine Endiablée offre un service d'hébergement et de restauration dans l'Est du Québec.

Étant de petites entreprises artisanales situées en région périphérique, les microbrasseries de l'Est du Québec doivent souvent s'appuyer sur des activités connexes pour compenser un niveau de développement modeste. Les niveaux de production limités et la différence d'achalandage entre la saison haute et la saison basse sont les raisons principales qui expliquent que ces entreprises qui suivent un développement relativement modeste doivent souvent se rabattre sur des activités connexes :

« À un moment donné, faire de la bière ça devient un prétexte
pour un paquet d'autres choses. Les gens qui n'aiment pas
nécessairement la bière peuvent quand même venir faire
un tour. » (Répondant 11)

De plus, le développement de ces activités connexes permet de diversifier une offre souvent limitée en région périphérique. Des microbrasseries situées dans des petites localités de l'Est du Québec vont pouvoir avec l'ajout d'une cuisine et d'une scène de spectacle augmenter considérablement l'offre locale de divertissement :

« Je suis convaincu qu'au niveau social, ça a un impact sur la rétention
de nouveaux arrivants. Ça amène une dynamique sociale dans une
petite ville. » (Répondant 8)

« Ça permet au monde de se rencontrer, ça anime la vie
communautaire aussi. » (Répondant 7)

Ensuite, ces nouvelles activités vont avoir un certain effet sur le développement de l'industrie. Une microbrasserie qui offre nouvellement un service de restauration, des

spectacles ou d'autres activités va être un exemple ou une source d'inspiration pour d'autres microbrasseries désireuses de diversifier leur offre.

Les activités connexes développées par les microbrasseries de l'Est du Québec vont permettre de favoriser le développement de la région par l'ajout d'offres complémentaires et importantes pour ces communautés qui ne disposent pas toujours de ces infrastructures ou activités. Par contre, la triste réalité est qu'il semble que certaines de ces activités soient mises de l'avant afin de compenser le développement modeste des microbrasseries. Certaines microbrasseries ont affirmé nécessiter des activités connexes afin de pouvoir survivre et se développer. La question se pose à savoir s'il s'agit d'une réalité propre aux microbrasseries des régions périphériques ou si des microbrasseries en région centrale doivent également se rabattre sur le développement d'activités connexes?

3.5.3.5. Activités de recherche et développement

Dans le but de favoriser la croissance de l'industrie microbrassicole, certaines activités de recherche et développement qui vont permettre de créer de la connaissance et de la valeur. Comme l'indique un répondant au développement des techniques de brassage au Québec :

« Nous on fait de la fermentation spontanée. On utilise des levures cueillies ici même soit dans l'air ou cueillies dans la nature près, qu'on va ensemençer les bières avec ensuite. Aucune levure commerciale n'est jamais utilisée. C'est autorisé au Québec depuis 2017 de faire ce qu'on appelle de la fermentation spontanée. C'est mon associé qui est allé à la Régie des Alcools, des Courses et des Jeux pour démontrer qu'il n'y avait pas de danger pour la santé humaine en utilisant cette technique de brassage vieille de plusieurs milliers d'années en Belgique. » (Répondant 6)

Cette innovation a amené d'autres microbrasseries au Québec à utiliser cette technique de brassage aujourd'hui. Aussi, on retrouve maintenant le Labo Solutions Brassicoles situé à La Pocatière dans le Bas-Saint-Laurent qui travaille sur le développement de levures pour la confection des bières de microbrasseries. La microbrasserie ne se limite pas à confectionner de la bière et la vendre. La mise en place d'activités de recherche et développement en est un bon exemple et contribue au développement soutenu de l'industrie microbrassicole.

3.5.4. Le tourisme brassicole et la route des bières de l'Est du Québec

Plusieurs études sur l'industrie microbrassicole ont identifié l'attractivité touristique comme l'un des facteurs importants du développement de l'industrie et de la diversification économique des régions périphériques (Plummer et al., 2005; Alonso, 2011; Rogerson et Collins, 2015 et Nelson, 2021). Dans cette section, nous cherchons à comprendre le rapport entre les microbrasseries de l'Est du Québec et le tourisme comme possible déterminant du développement de cette région périphérique.

La région de l'Est du Québec bénéficie d'une grande popularité touristique en raison de son caractère régional, de la beauté de ses paysages et de la proximité du fleuve Saint-Laurent. Effectivement, le Bas-Saint-Laurent (6,7%) et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (7,0%) affichent des taux d'emplois en services d'hébergement et de restauration supérieurs à la moyenne provinciale (6,5%) (ministère de l'Économie et de l'Innovation, 2016)⁴. De plus, seulement au Bas-Saint-Laurent, les retombées économiques reliées au tourisme sont de plus de 345 millions\$ pour 1,1 million de touristes annuellement (Tourisme Bas-Saint-

⁴ Le Québec ne dispose pas de réelles données fiables et valides sur l'achalandage touristique par région. En revanche, les taux d'emplois en services d'hébergement et de restauration sont les données les plus fiables disponibles (Bourdeau, 2021).

Laurent, 2022). En Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, les retombées économiques tournent autour de 325 millions\$ pour 600 000 visiteurs (Tourisme Gaspésie, 2021). Ces chiffres sont d'autant plus impressionnants alors que ces régions figurent parmi les moins développées au Québec (ministère de l'Économie et de l'Innovation, 2016). De leur côté, les microbrasseries de l'Est du Québec jouissent également d'une bonne popularité touristique. Celle-ci provient en partie de la popularité touristique de la région, alors que les microbrasseries n'ont souvent aucune promotion à faire pour attirer des clients :

« On n'a pas besoin de pousser pour vendre, ça se fait naturellement. » (Répondant 14)

« L'été, on vend tout sur place, sans exception. Puis,
il n'en restera pas. » (Répondant 1)

Aussi, l'attractivité touristique des microbrasseries de l'Est du Québec s'explique par la mise en place de la route des bières de l'Est du Québec. L'émergence de cette route permet de donner plus de visibilité aux microbrasseries de l'Est du Québec. Les témoignages de certains propriétaires brassicoles rencontrés sur cette route donnent l'impression qu'elle contribue à l'attractivité de consommateurs:

« les gens, parfois, organisent leur voyage en fonction
de cette route-là » (répondant 8).

« ah ben tiens, tant qu'à faire le tour de la Gaspésie, je vais faire
le tour des micros en même temps » (répondant 10).

En effet, certains visiteurs semblent se déplacer dans la région en ayant comme but premier de découvrir les microbrasseries amenant des touristes supplémentaires qui sans ces entreprises n'auraient peut-être pas choisi cette destination.

Le tourisme brassicole dans l'Est du Québec semble créer un effet d'entraînement où le flux touristique alimente l'industrie, ses activités connexes et la région. L'attractivité brassicole créée profite de ce fait autant aux microbrasseries qu'aux lieux d'hébergements et aux autres commerces locaux :

« Le fait d'attirer le monde ici, ça nourrit tout le monde.
Tout le monde en profite, puis ils voient leurs ventes
augmenter d'année en année. » (Répondant 2)

« Avec la route, ça amène les gens à s'arrêter dans plein
d'endroits où ils vont aller acheter chez d'autres
producteurs autour, aller dépenser de l'argent
partout autour. » (Répondant 4)

Attirés par le désir de consommer des bières locales, les touristes brassicoles vont souvent être amenés à consommer ailleurs que la microbrasserie lors de leur visite. En effet, certains vont louer une chambre d'hôtel, aller dans des restaurants locaux et faire des activités dans la région. Les entretiens renferment plusieurs exemples où l'attractivité touristique des microbrasseries profite aux commerçants voisins qui voient l'achalandage dans leur commerce augmenter. Un répondant nous explique que la poissonnerie voisine à la microbrasserie a vu son revenu augmenter considérablement depuis que la microbrasserie est en place. De même, un autre répondant précise que les quelques commerces qui composent leur village ont vu leurs ventes augmenter de façon importante depuis l'ouverture de la microbrasserie. De ce fait, la proximité aux microbrasseries semble permettre à de nouveaux commerces d'être créés ou de réaliser de plus hauts volumes de ventes en partie dus à l'achalandage occasionné par les microbrasseries.

Le développement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec est altéré par l'importance de la saison estivale. L'ampleur que prend le tourisme brassicole dans l'Est du Québec lors de la saison estivale camoufle le développement modeste de cette industrie. La faiblesse de la densité de population dans l'Est du Québec et l'éloignement de la région par rapport aux grands centres urbains permettent de se rappeler que l'industrie brassicole de cette région œuvre en périphérie des grands foyers de population. Par moment, les microbrasseries de l'Est du Québec doivent beaucoup se fier sur leur population locale pour vendre leurs produits. Certains répondants vont même jusqu'à dire que c'est les clients locaux leur permettent de survivre l'hiver alors que cette période de l'année est très peu achalandée. Cela démontre une barrière au développement de l'industrie microbrassicole en région périphérique dans la mesure où la variation d'achalandage entre les périodes peut limiter le développement de ces entreprises. L'un des répondants avance : « l'été c'est archi payant, puis après ça on cale de l'argent tous les autres mois » (répondant 13). L'attractivité touristique en saison estivale vient contrebalancer le développement modeste de l'industrie le reste de l'année.

Plusieurs microbrasseries de l'Est du Québec sont conscientes qu'un achalandage plus soutenu sur l'année au complet serait bénéfique pour le développement de l'industrie et de la région. Un répondant nous explique qu'il faut trouver une façon de développer l'offre d'activités touristiques en hiver dans l'Est du Québec afin d'essayer d'amener des touristes. Il ajoute qu'il serait bénéfique pour les microbrasseries si les saisons étaient plus constantes en termes de population touristique.

L'engouement autour des microbrasseries permet un certain effet d'entraînement qui profite également aux autres acteurs des communautés locales. Par contre, le développement de

l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec est altéré par l'importance de la saison touristique. Celle-ci vient contrebalancer le développement modeste de l'industrie dans des paramètres de région périphérique. En dehors de cette saison haute, les microbrasseries de l'Est du Québec présentent des retombées économiques relativement faibles démontrant l'importance de la saison estivale et les limites du développement industriel en région périphérique. Les effets locaux du développement microbrassicole dans l'Est du Québec sont alors mitigés de par la différence importante en termes de retombées économiques entre les périodes. Toutefois, les acteurs locaux en sont conscients et cette différence est au cœur de plusieurs questionnements visant à limiter les écarts importants d'achalandage touristique entre les saisons.

3.6. Conclusion et discussion

L'analyse des dynamiques territoriales dans le contexte de nouvelles industries reste peu traitée, notamment au niveau des régions périphériques. Très peu d'études ont cherché à comprendre comment l'émergence de nouvelles activités économiques influence le développement local dans les régions périphériques. Cette réponse reste peu élaborée, notamment parce que les études demeurent concentrées sur l'apport d'industries dynamiques dans les grands centres urbains plus peuplés (Isaksen et Trippl, 2017). C'est en fonction de ce constat que dans ce chapitre, un regard particulier est porté sur l'industrie microbrassicole de l'Est du Québec, alors que l'on cherche à comprendre le rapport de cette industrie avec son environnement local. En somme, l'objectif est d'analyser l'industrie et son fonctionnement pour tenter de comprendre comment celle-ci contribue au développement de la région périphérique de l'Est du Québec. Pour ce faire, les réponses

issues d'entreviens semi-dirigés réalisés auprès de 15 microbrasseries de la route des bières de l'Est du Québec ont été mobilisées.

Depuis le début des années 2000, les entreprises brassicoles dans l'Est du Québec ont émergé selon des processus identitaires et sociaux forts. La plupart des microbrasseries de l'Est du Québec ont été fondées dans la région natale des différents propriétaires brassicoles et en fonction d'un désir de contribuer au développement économique, social et culturel local. L'émergence de l'industrie laisse croire que ces entreprises suivent leur propre parcours de développement orienté par le néolocalisme. Centrées sur le désir de contribuer au développement de leur communauté et de transmettre leur passion pour la bière artisanale, les microbrasseries semblent suivre un modèle d'émergence unique étant relié à un fort sentiment d'appartenance propre au lieu.

La région de l'Est du Québec compte aujourd'hui dix-neuf microbrasseries, chiffre comparable aux autres régions périphériques du Québec. Cette industrie se démarque à sa façon notamment par la promotion d'une approche centrée sur le développement local. Malgré une croissance relativement bonne d'une microbrasserie par année en moyenne depuis les vingt dernières années, la création d'emploi orchestrée par l'industrie microbrassicole de l'Est du Québec reste modeste par rapport à l'échelle provinciale.

Les résultats démontrent, d'abord, que les activités des microbrasseries étant reliées à la production et la vente ont peu d'effet sur le développement local de la région de l'Est du Québec. La faible production agricole, au Québec, des ingrédients de bases pour produire la bière permet difficilement aux microbrasseries de pouvoir s'approvisionner localement réduisant la possibilité de favoriser l'achat local et d'entraîner des retombées économiques locales. De plus, au niveau de la vente des produits, les microbrasseries de l'Est du Québec

sont limitées dans leurs choix de marché, alors que les niveaux de production ne permettent pas de vendre pleinement sur différents marchés.

Ensuite, l'analyse de l'industrie suggère que l'éloignement des grands centres urbains en région périphérique a pour effet de contribuer au développement de collaborations et d'interactions entre les microbrasseries de l'Est du Québec, mais également avec d'autres acteurs. En l'absence d'une masse critique d'acteurs à proximité, les entreprises de cette région viennent à collaborer pour contrer l'éloignement et le manque d'acteurs connexes. En ce sens, Majeau (2017) appuie cet élément dans sa recherche en précisant qu'une forme de solidarité unique s'observe entre les microbrasseries, alors que les brasseurs se côtoient régulièrement, s'échangent des conseils et s'entraident.

De plus, l'engagement communautaire soutenue des microbrasseries de l'Est du Québec se révèle être l'un des résultats les plus significatifs au regard de leur contribution au développement de la région. En effet, les entretiens sont nombreux à révéler l'implication communautaire des microbrasseries de l'Est du Québec. C'est entre autres au travers d'activités sociales et communautaires comme les commandites et l'offre de dons que cette industrie va générer des externalités ayant le pouvoir de contribuer au développement de l'Est du Québec. Les résultats de l'étude de Bouchard, Brochu et Dubé (2021) vont également en ce sens alors qu'ils avancent que les activités sociales et culturelles développées par les microbrasseries représentent des initiatives locales de développement et permettent de générer des externalités. Rioux (2019) est du même avis avançant que les microbrasseries situées en région périphérique peuvent devenir des lieux phares de dynamisme au niveau social.

D'un autre côté, l'analyse de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec permet d'observer que malgré une implication communautaire soutenue, l'industrie suit un développement relativement modeste. Dans la plupart des cas, les microbrasseries vont s'appuyer sur des activités connexes comme la restauration, l'offre de spectacles ou encore l'hébergement pour compenser un faible niveau de développement. Ce résultat aura comme conséquence favorable de permettre de diversifier une offre d'activités souvent limitée en région périphérique.

Il reste tout de même difficile d'évaluer le développement de l'industrie et sa contribution au développement de la région en raison de résultats souvent altérés par l'importance de la saison touristique. En effet, l'importance du tourisme dans l'Est du Québec en saison estivale vient contrebalancer le développement modeste de l'industrie dans des paramètres de région périphérique. En dehors de la saison haute, les microbrasseries de l'Est du Québec présentent des retombées économiques relativement faibles. Les contributions au développement local sont alors mitigées de par la différence importante en termes de retombées économiques entre les périodes.

En somme, l'émergence et le fonctionnement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec permettent de comprendre la réalité industrielle en région périphérique. L'éloignement des grands centres urbains et l'absence d'une masse critique d'acteurs à proximité sont deux éléments importants qui pointent vers un niveau de développement inévitablement modeste en dehors des régions métropolitaines. En ce sens, une industrie en région périphérique comme celle des microbrasseries aura des contributions limitées au développement économique local. Toutefois, des composantes comme l'entraide et l'esprit

communautaire viendront contrebalancer certaines conséquences reliées à la localisation géographique pour permettre d'atteindre un certain niveau de développement industriel.

Cette étude qui vise à comprendre l'émergence de nouvelles industries en région périphérique et la contribution de celles-ci au développement local se limitant toutefois au cas de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec. On ne peut donc pas généraliser ces résultats au-delà de la région de l'Est du Québec ou même à d'autres industries en raison de la taille de la région, sa géographie, sa densité de population ou encore en raison du fonctionnement de l'industrie qui lui est propre.

En ce sens, il y a toujours plusieurs voies de recherches possibles et moins fréquentées le long desquelles des travaux futurs pourraient émerger dans le but de fournir une image plus complète du développement industriel dans les périphéries. En ce qui concerne l'industrie microbrassicole, il serait intéressant d'observer la comparaison au niveau du développement et de la contribution à l'environnement local entre les microbrasseries situées en milieux métropolitains et celles situées en milieux périphériques.

Les principales contributions de ce chapitre sont, premièrement, de confirmer qu'il est possible de faire émerger des industries en région périphérique, mais selon des conditions et mécanismes précis. Deuxièmement, de confirmer les résultats d'autres études selon lesquels les conditions classiques d'émergence de nouvelles industries ne peuvent aujourd'hui à elles seules expliquer le développement de nouveaux sentiers industriels, et ce, surtout en région périphérique là où les conditions d'émergence sont moins présentes. Troisièmement, d'analyser l'industrie microbrassicole et son fonctionnement pour comprendre sa contribution au développement local.

Chapitre 4 : Conclusion

Cette étude a porté sur l'industrie microbrassicole au Québec et a cherché à répondre à deux questions de recherche :

- Quels sont les facteurs qui influencent la localisation des microbrasseries dans les régions du Québec et dans quelles mesures ces facteurs varient entre différentes régions?
- À partir de l'analyse des microbrasseries dans la région périphérique l'Est du Québec, en quoi cette industrie contribue au développement de la région et de quelle manière?

Le mémoire comportait trois chapitres. Le premier chapitre avait pour objectif d'introduire la recherche en présentant brièvement un historique de l'industrie microbrassicole tout en démontrant l'intérêt derrière cette recherche et son apport à la littérature existante.

Les deuxième et troisième chapitre qui sont au cœur de cette recherche ont mobilisé diverses théories dans le but de situer la présente recherche par rapport aux recherches antérieures. Dans le cas du second chapitre, divers travaux portant sur les facteurs de localisation des microbrasseries à travers le monde ont été analysés afin d'en ressortir les principaux facteurs qui allaient servir de base pour étudier la localisation des microbrasseries au Québec. Les divers facteurs de localisation des microbrasseries présentés dans les nombreuses études ont permis de comprendre que ceux-ci ne peuvent être analysés exclusivement à la lumière des théories classiques de modèles de localisation définis par Christaller, Weber ou encore Porter en raison du fait qu'il s'agit d'une industrie nouvelle qui requiert la compréhension de nouveaux facteurs de localisation qui émergent constamment. Pour ce qui est du troisième chapitre, deux corpus théoriques ont été mobilisés. D'abord, les travaux en géographie économique évolutionniste afin de comprendre les facteurs explicatifs du

développement d'une nouvelle industrie dans un contexte particulier. Ensuite, les travaux sur le néolocalisme pour comprendre comment s'organise le développement industriel au niveau local et pour identifier la contribution d'une nouvelle industrie sur le développement des régions.

Le second chapitre avait pour objectif d'analyser les facteurs qui expliquent la localisation des microbrasseries dans la province du Québec, alors qu'aucune étude n'avait à ce jour tenté de comprendre la répartition spatiale de cette industrie dans le contexte spécifique du Québec. L'identification et la compréhension de la concentration spatiale des microbrasseries au Québec permettent de mieux saisir le parcours et le potentiel de développement que prend cette industrie. Ce chapitre permet d'augmenter les connaissances sur ce phénomène et de comprendre les éléments qui interviennent dans le choix de localisation des microbrasseries dans le cas spécifique du Québec.

Ce chapitre a permis de démontrer que selon le contexte géographique, la localisation des microbrasseries peut suivre différents modèles et être associée à divers facteurs socio-économiques. Les résultats démontrent que la région locale dans laquelle les microbrasseries sont implantées reste le contexte le plus pertinent afin d'expliquer les facteurs de localisation des microbrasseries. En ce sens, selon les types de régions centrales ou périphériques, les caractéristiques socio-économiques des municipalités vont avoir plus ou moins d'impact sur la localisation des microbrasseries.

Cette étude se limite aux microbrasseries québécoises et porte sur les unités géographiques municipales. Elle ne peut donc pas être généralisée au-delà du Québec ni analyser les facteurs de localisation qui opèrent à l'intérieur des villes et/ou entre les quartiers. Effectivement, elle considère une vaste zone - similaire en taille, géographie et population

à des pays nordiques tels que la Suède et la Norvège – et identifie les facteurs associés à l’emplacement des microbrasseries à cette échelle. L’échantillonnage du nombre de municipalités avec des microbrasseries est trop petit (121) pour analyser – en utilisant ces techniques – ce qui différencie les municipalités qui abritent une ou plusieurs microbrasseries. Il serait intéressant d’élargir l’étude à d’autres provinces canadiennes et d’y inclure différentes échelles d’analyses afin d’avoir une vision plus globale et valide des facteurs de localisation des microbrasseries sur divers territoires. L’étude des facteurs de localisation des microbrasseries à l’intérieur des municipalités, donc à l’échelle des quartiers serait intéressante, puisque la présente étude ne permet pas cette analyse et peut-être bien que les facteurs de localisation varient à l’intérieur même des municipalités.

Pour sa part, le troisième chapitre avait pour but d’analyser l’industrie microbrassicole et son fonctionnement dans l’Est du Québec pour essayer de comprendre comment elle contribue au développement de la région. Afin d’analyser les dynamiques territoriales dans le contexte de nouvelles industries, et ce, en région périphérique, le cas de l’industrie microbrassicole dans l’Est du Québec a été sélectionné. Dans le cas spécifique de l’Est du Québec, l’industrie microbrassicole représente une industrie émergente qui présente des dynamiques locales nouvelles et qui a le pouvoir de contribuer à sa façon au développement local.

Les résultats du troisième chapitre suggèrent que les microbrasseries de l’Est du Québec émergent selon des processus identitaires et sociaux forts et un attachement soutenu à l’environnement local. Ces résultats diffèrent des théories classiques d’émergence des industries véhiculées en géographie économique évolutionniste soulevant l’idée que le développement de nouvelles trajectoires industrielles s’explique aujourd’hui par de

multiples facteurs. L'étude des microbrasseries et de leurs diverses activités dans le contexte local démontre un niveau de développement relativement modeste principalement en raison du faible volume de production de la plupart de ces petites entreprises artisanales et de l'aspect périphérique de leur localisation. En effet, l'éloignement des grands centres urbains et l'absence d'une masse critique d'acteurs forcent les microbrasseries de l'Est du Québec à redoubler d'ardeur pour tenter de limiter au maximum cet inconvénient. De façon générale, le développement modeste de ces entreprises résulte en des contributions limitées au développement local comme en témoigne la création d'emplois relativement faible par rapport à l'échelle provinciale. Toutefois, la loyauté des microbrasseries de l'Est du Québec envers leur région et leur ancrage local poussent ces dernières à s'engager dans leur communauté contribuant à leur façon au développement local. Par contre, le développement de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec reste difficile à analyser en raison du débalancement au niveau de l'achalandage et des retombées économiques entre la saison touristique et la saison basse.

Cette étude se limite au cas de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec. On ne peut donc pas généraliser ces résultats au-delà de la région de l'Est du Québec ou même à d'autres industries en raison de la taille de la région, sa géographie, sa densité de population ou encore en raison du fonctionnement de l'industrie qui lui est propre. De plus, l'échantillonnage de 15 répondants tous situés dans la même région comporte ses limites en raison de réalités locales semblables amenant de nombreuses similitudes au regard de leur fonctionnement et leur contribution au développement local. Il serait alors pertinent d'élargir l'étude et de poser des questions similaires aux autres régions du Québec et ailleurs

au Canada afin de valider les résultats de la recherche et mieux comprendre en quoi ceux-ci sont singuliers au cas de la région ou peuvent être observés ailleurs.

En conclusion, les résultats de cette étude permettent d'ajouter aux connaissances actuelles et de contribuer au développement de l'étude des microbrasseries. En effet, le second chapitre qui porte sur les facteurs de localisation des microbrasseries soulève le contraste entre les régions centrales et périphériques où la localisation des microbrasseries dans ces deux types de territoire s'explique par des facteurs différents. L'étude confirme que les microbrasseries dans les régions centrales sont plus étroitement liées à des facteurs socio-économiques très locaux, alors qu'en région périphérique, les microbrasseries sont plus étroitement associées aux caractéristiques d'une région plus large. Ces résultats sont importants puisque les études antérieures n'ont pas clairement distingué ces différents types de contexte. Pour sa part, le troisième chapitre utilise le cas de l'industrie microbrassicole dans l'Est du Québec afin d'expliquer comment l'émergence de nouvelles activités économiques influence le développement local dans les régions périphériques. Très peu d'études se sont penchées sur l'apport au développement local que peut avoir l'industrie microbrassicole. Ces résultats figurent parmi les premiers à situer l'apport de l'industrie microbrassicole au développement d'une région périphérique. Les résultats autant mitigés que concluants comme l'implication communautaire des microbrasseries ou encore leur apport au développement touristique permettent de contribuer au développement de l'étude des microbrasseries.

Bibliographie

- Alonso, A. D. (2011). « Opportunities and challenges in the development of micro-brewing and beer tourism: a preliminary study from alabama », *Tourism Planning and Development*, Vol. 8, No. 4, p. 415–431.
- Chebli, A. et Chabou Othmani, M. (2020). « Composants « structurels » de l’attractivité touristique », *loisir et société*, Vol. 43, p. 177-193.
- Aquilani, B., Laureti, T., Poponi, S., & Secondi, L. (2015). « Beer choice and consumption determinants when craft beers are tasted: an exploratory study of consumer preferences », *Food Quality and Preference*, Vol. 41, p. 214–224.
- Arefi, M. (1999) « Non-place and placelessness as narratives of loss: Rethinking the notion of place », *Journal of Urban Design*, Vol. 4, No. 2, p. 179-193
- Argent, N. (2018). « Heading down to the local? australian rural development and the evolving spatiality of the craft beer sector », *Journal of Rural Studies*, Vol. 61, p. 84–99.
- Asheim, B. T., Isaksen, A., & Tripp, M. (2019). *Advanced introduction to regional innovation systems*, Éd. Elgar, 160 p.
- Association des Microbrasseries du Québec (2021). <https://ambq.ca/>. (Consulté en 2021)
- Association des Microbrasseries Canadiennes (2022). <https://ccba-ambc.org/?lang=fr>. (Consulté en 2022).
- Alvedalen, J., & Boschma, R. (2017). « A critical review of entrepreneurial ecosystems research: towards a future research agenda », *European Planning Studies*, Vol. 25, No. 6, p. 887–903.
- Barajas, J., Boeing, G. & Wartell, J. (2017). « Neighborhood change, one pint at a time: The impact of local characteristics on craft breweries », *Untapped: Exploring the cultural dimensions of craft beer*, p. 155-176.
- Barkley, D. L., & Henry, M. S. (1997). « Rural industrial development: to cluster or not to cluster? », *Review of Agricultural Economics*, Vol. 19, No. 2, p. 308–325.
- Boschma, R., & Frenken, K. (2011). « The emerging empirics of evolutionary economic geography », *Journal of Economic Geography*, Vol. 11, No. 2, p. 295–307.
- Boschma, R., Minondo, A., & Navarro, M. (2012). « Related variety and regional growth in spain », *Papers in Regional Science*, Vol. 91, No. 2, p. 241–256.
- Brunori, G., & Rossi, A. (2000). « Synergy and coherence through collective action: some insights from wine routes in tuscany », *Sociologia Ruralis*, Vol. 40, No. 4, p. 409–423.
- Buratti, J., & Hagelman, R. (2021). « A geographic framework for assessing neolocalism: the case of texas cider production », *Journal of Cultural Geography*, Vol. 38, No. 3, p. 399–433.

- Capello, R. (2021). « Classical contributions: Von Thunen and Weber », *Dans Handbook of Regional Science*, 20 pp.
- Carr, J. K., Fontanella, S. A., & Tribby, C. P. (2019). « Identifying american beer geographies: a multiscale core-cluster analysis of u.s. breweries », *Professional Geographer*, Vol. 71, No. 2, p. 185–196.
- Christensen, J. L., & Stoerring, D. (2012). « Facilitating cluster evolution in peripheral regions: The role of clusterpreneurs », *dans Interactive Learning for Innovation*, p. 137-160.
- Creswell, J. W. (2013). « Qualitative inquiry & research design: choosing among five approaches », 3e éd. SAGE Publications.
- Dawley, S., MacKinnon, D., Cumbers, A., & Pike, A. (2015). « Policy activism and regional path creation: the promotion of offshore wind in North East England and Scotland », *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, Vol. 8, No. 2, p. 257-272.
- Dennett, A., & Page, S. (2017). « The geography of london's recent beer brewing revolution », *The Geographical Journal*, Vol. 183, No. 4, p. 440–454.
- Détolle Anaïs, Cloutier, L. M., Cloutier, L. M., Détolle Anaïs, Laviolette, E. M., & Arcand Sébastien. (2017). *La transformation du cidre au québec : perspective écosystémique*. Presses de l'Université du Québec.
- Doloreux, D., & Dionne, S. (2008). « Is regional innovation system development possible in peripheral regions? some evidence from the case of la pocatière, Canada », *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 20, No. 3, p. 259–283.
- Doloreux, D., Shearmur, R., & Figueiredo, D. (2016). « Québec' coastal maritime cluster: its impact on regional economic development, 2001–2011 », *Marine Policy*, Vol. 71, p. 201–209.
- Doloreux, D., Turkina, E., & Van Assche, A. (2019). « Innovation type and external knowledge search strategies in kibs: evidence from Canada », *Service Business: An International Journal*, Vol 13, No 3, p. 509–530.
- Eberts, D. (2014). « Neolocalism and the Branding and Marketing of Place by Canadian Microbreweries », *dans the geography of beer*, Springer (dir.), Mark Patterson et Nancy Hoalst-Pullen, p. 189-199.
- Eder, J. (2019). « Innovation in the periphery: a critical survey and research agenda », *International Regional Science Review*, Vol. 42, No. 2, p. 119–146.
- Eisenhardt, K. M. (1989). « Building theories from case study research », *The Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 4, p. 532–550.
- Esposti, R., Fastigi, M., & Vigano, E. (2017). « Italian craft beer revolution: do spatial factors matter? » *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24, No. 3, p. 503–527.

- Fischer, K. (2011). « Central Places: The Theories of Von Thunen, Christaller and Losch », Chapitre 20, 35 pp.
- Flack, W. (1997). « American microbreweries and neolocalism: « Aleing » for a sense of place », *Journal of cultural geography*, Vol. 16, No. 2, p. 37-53.
- Francioni Kraftchick, Jennifer, Erick T. Byrd, Bonnie Canziani et Nancy J. Gladwell (2014). « Understanding beer tourist motivation », *Tourism management perspectives*, Vol. 12, p. 41-47.
- Fusté-Forné Francesc, & Mundet i Cerdan, L. (2021). « A land of cheese: from food innovation to tourism development in rural catalonia », *Journal of Tourism and Cultural Change*, Vol. 19, No. 9, 166–183.
- Garavaglia, C., & Swinnen, J. F. M. (Eds.). (2018). *Economic perspectives on craft beer: a revolution in the global beer industry*, 513 pp.
- Google Maps (2022). <https://www.google.ca/maps>. (Consulté en 2022)
- Groupe DDM (2018). « Étude économique et fiscale sur l'industrie microbrassicole au Québec », Rapport présenté au ministère des Finances du Québec, 105 pp.
- Hassink, R., Isaksen, A., & Trippel, M. (2019). « Towards a comprehensive understanding of new regional industrial path development », *Regional Studies*, Vol. 53, No. 11, p. 1636–1645.
- Holtkamp, C., Shelton, T., Daly, G., Hiner, C., & Hagelman, R. (2016). « Assessing neolocalism in microbreweries », *Papers in applied geography*, Vol. 2, No. 1, p. 66-78.
- Houllier-Guibert, Charles-Edouard (2019). « L'attractivité comme objectif stratégique des collectivités locales », *Revue d'économie régionale et urbaine*, Vol. 1, pp. 153-175.
- Isaksen, A. (2018). « From success to failure, the disappearance of clusters: a study of a norwegian boat-building cluster », *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, Vol. 11, No. 2, p. 241–255.
- Isaksen, A., & Trippel, M. (2016). « 4 path development in different regional innovation systems: A conceptual analysis », *In Innovation drivers and regional innovation strategies*, p. 82-100.
- Isaksen, A., & Jakobsen, S.-E. (2017). « New path development between innovation systems and individual actors », *European Planning Studies*, Vol. 25, No. 3, p. 355–370.
- Isaksen, A., & Onsager, K. (2010). « Regions, networks and innovative performance: the case of knowledge-intensive industries in Norway », *European Urban and Regional Studies*, Vol. 17, No. 3, p. 227–244.
- Isaksen, A., & Trippel, M. (2017). « Exogenously led and policy-supported new path development in peripheral regions: analytical and synthetic routes », *Economic Geography*, Vol. 93, No. 5, p. 436–457.

- MacKinnon, D., Dawley, S., Pike, A., & Cumbers, A. (2019). « Rethinking path creation: a geographical political economy approach », *Economic Geography*, Vol. 95, No.2, p. 113–135.
- Martin, R., & Sunley, P. (2006). « Path dependence and regional economic evolution », *Journal of economic geography*, Vol. 6, No. 4, p. 395-437.
- McLaughlin, R., Reid, N., & Moore, M. (2016). « Inter metropolitan patterns of craft breweries in the United States », *Studies in Regional Science*, Vol. 46, No. 1, P. 115-129.
- Meili, R., & Shearmur, R. (2019). « Diverse diversities—open innovation in small towns and rural areas », *Growth and Change*, Vol. 50, No. 2, p. 492–514.
- Ministère de l'Économie et de l'Innovation (2020). <https://www.economie.gouv.qc.ca/accueil/>. (Consulté en 2022)
- Ministère des Affaires Municipales et de l'Habitation (2022). <https://www.mamh.gouv.qc.ca/>. (Consulté en 2022)
- Murray, A., & Kline, C. (2015). « Rural tourism and the craft beer experience: factors influencing brand loyalty in rural north carolina, usa », *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 23, No. 8, p. 1198–1216.
- Nelson, V. (2021). « Consuming local: product, place, and experience in visitor reviews of urban Texas craft breweries », *Leisure Studies*, Vol. 40, No. 4, p. 480-494.
- Nilsson, I., Smirnov, O., Reid, N., & Lehnert, M. (2019). « To cluster or not to cluster? spatial determinants of closures in the american craft brewing industry », *Papers in Regional Science*, Vol. 98, No. 4, p. 1759–1778.
- Njøs, R., Sjøtun, S. G., Jakobsen, S.-E., & Fløysand, A. (2020). « Expanding analyses of path creation: interconnections between territory and technology », *Economic Geography*, Vol. 96, No. 3, 266–288.
- Nuur, C., & Laestadius, S. (2010). « Development in peripheral regions: case studies in sweden », *European Urban and Regional Studies*, Vol. 17, No. 3, p. 293–307.
- Pachura, P. (2020). « The role of space in the business models of microbreweries », *Applied Geography*, Vol. 125, 8 pp.
- Plummer, R., Telfer, D., Hashimoto, A., & Summers, R. (2005). « Beer tourism in canada along the waterloo–wellington ale trail », *Tourism Management*, Vol. 26, No. 3, p. 447–458.
- Prigent, L. (2016). « Tourisme durable, attractivité touristique et gastronomie : le cas de la bretagne », *Management & Avenir*, Vol. 85, No. 3.
- Polèse, M. (1996). « Le développement local, revu et corrigé: récit d'une douce illusion dangereuse », dans *Le Québec des régions : vers quel développement?*, coll. Tendances et débats en développement régional, p. 321-335.

- Polèse, M., & Shearmur, R. (2002). *La périphérie face à l'économie du savoir: La dynamique spatiale de l'économie canadienne et l'avenir des régions non métropolitaines du Québec et des provinces de l'Atlantique*, Coll. Régions et économie du savoir, 261 p.
- Polèse, M., & Shearmur, R. (2006). « Why some regions will decline: a Canadian case study with thoughts on local development strategies », *Regional Science*, Vol. 85, No. 1, p. 23–46.
- Porter, M. E. (1998). « Clusters and the new economics of competition », *Harvard Business Review*, Vol. 76, No. 6, p. 77–90.
- Régie des Alcools, des Courses et des Jeux (2021). <https://www.racj.gouv.qc.ca/accueil.html>.
- Reid, N., & Gatrell, J. D. (2017). « Craft breweries and economic development: Local geographies of beer », *Polymath: An Interdisciplinary Arts and Sciences Journal*, Vol. 7, No. 2, p. 90-110.
- Relph, E. (1976). « Place and placelessness », Vol. 67, London: Pion.
- Rogerson, Christian M. et Keagan J.E. Collins (2015). « Beer tourism in South Africa: Emergence and contemporary direction », *Nordic journal of African studies*, Vol. 24, No. 3, pp. 241-258.
- Schnell, S. M. & Reese, J. (2003). « Microbreweries as tools of local identity », *Journal of cultural geography*, Vol. 21, No. 1, p. 45-69.
- Shearmur, R. (2015). « Far from the madding crowd: Slow innovators, information value, and the geography of innovation », *Growth and Change*, Vol. 46, No. 3, p. 424-442.
- Shearmur, R., & Doloreux, D. (2021). « The geography of knowledge revisited: geographies of kibs use by a new rural industry », *Regional Studies*, Vol. 55, No. 3, p. 495–507.
- Stacul, J. (2006). « Understanding neoliberalism: Reflections on the ‘end of politics’ in northern Italy », *Journal of Modern Italian Studies*, Vol. 12, No. 4, p. 450-459.
- Statistique Canada (2016). <https://www.statcan.gc.ca/fr/debut>. (Consulté en 2022)
- Talmage, C. A., Denicourt, J. C., Delpha, P. J., Goodwin, G. B., & Snyder, E. B. (2020). « Exploring neolocalism among finger lakes breweries and local communities: merits and cautions », *Local Development & Society*, Vol. 1, No. 2, p. 140–159.
- Taylor Jr, S., & DiPietro, R. B. (2020). « Assessing consumer perceptions of neolocalism: Making a case for microbreweries as place-based brands », *Cornell Hospitality Quarterly*, Vol. 61, No. 2, p.183-198.
- Triglia, C. (1985). « La regolazione localistica: economia e politica nelle aree di piccola impresa », *Stato e mercato*, p. 181-228.
- Vachon, B. (2019). « Quatre questions-réponses pour un développement régional et local réussi », Professeur du département de géographie de l'UQAM, *Congrès de la fédération québécoise des municipalités*, 26 septembre 2019.

- Wojtyra, B., Kossowski, T. M., Březinová Monika, Savov, R., & Lančarič Drahoslav (2020). « Geography of craft breweries in central europe: location factors and the spatial dependence effect », *Applied Geography*, Vol. 124, 11 pp.
- Zedgenizova, I., & Ignatyeva, I. (2017). « The problems of creation and the prospects for development of regional clusters », *European Research Studies Journal*, Vol. 20, No. 4, p. 578–595.

Annexe A : Solutions de composantes pour les municipalités cibles

a- Solution composante, toutes (valeur propre 4e = 0.94)					
<i>variables</i>	Comp.1	Comp.2	Comp.3	Comp.4	Comm
croiss	0.73	0.11	0.03	0.16	0.58
vital	0.72	0.58	-0.04	0.25	0.91
J	0.71	0.41	-0.21	-0.22	0.76
taille	0.65	0.13	0.13	0.12	0.47
act	0.09	0.90	-0.02	0.00	0.82
emp	0.56	0.68	-0.18	0.06	0.81
rev	0.42	0.65	0.04	0.36	0.73
hôt	-0.18	0.15	0.80	-0.24	0.74
cult	0.10	-0.22	0.71	0.20	0.60
ed	0.01	0.12	-0.02	0.84	0.72
vieux	-0.75	-0.10	0.27	0.27	0.72
<i>Variance</i>	3.08	2.32	1.31	1.16	71.5%
Corrélation avec les composantes principales:					
Dist. Métro	-0.15***	-0.27***	-0.09***	-0.22***	
Ville. Rég	-0.08***	-0.05	-0.09***	-0.06*	
b- Solution composante, centrales (valeur propre 4e=0.87)					
<i>variables</i>	Comp.1	Comp.2	Comp.3	Comp.4	Comm
vital	0.86	0.31	0.28	-0.08	0.92
rev	0.74	0.14	0.41	-0.07	0.74
croiss	0.73	0.07	-0.04	-0.01	0.53
taille	0.72	-0.07	-0.09	0.08	0.54
J	0.64	0.57	-0.08	-0.12	0.76
act	0.36	0.65	0.30	0.02	0.64
emp	0.63	0.60	0.24	-0.13	0.83
ed	0.00	-0.04	0.88	-0.01	0.78
hôt	-0.02	-0.10	-0.02	0.99	0.99
vieux	-0.54	-0.60	0.14	0.13	0.68
cult	0.21	-0.76	0.13	0.07	0.64
<i>Variance</i>	3.60	2.18	1.22	1.05	73.2%
Corrélation avec les composantes principales:					
Dist. Métro	-0.63***	-0.07	-0.20***	0.03	
Ville. Rég	-0.23***	0.13***	-0.12***	-0.06	

c- Solution composante, périphériques (valeur propre 4e=0.97)					
<i>variables</i>	Comp.1	Comp.2	Comp.3	Comp.4	Comm
act	0.87	-0.12	-0.09	0.05	0.78
rev	0.80	0.29	0.00	-0.04	0.72
emp	0.67	0.34	-0.45	-0.12	0.78
croiss	0.05	0.82	-0.16	-0.06	0.71
vital	0.63	0.65	-0.27	-0.09	0.90
vieux	-0.01	-0.36	0.82	0.09	0.80
hôt	0.07	-0.24	-0.02	0.82	0.73
cult	-0.10	0.22	0.17	0.73	0.63
ed	0.52	0.39	0.52	0.06	0.70
taille	0.16	0.51	-0.19	0.05	0.32
J	0.36	0.29	-0.76	-0.09	0.81
<i>Variance</i>	2.67	2.04	1.90	1.26	71.6%
Corrélation avec les composantes principales:					
Dist. Métro	-0.15***	-0.03	-0.32***	-0.05	
Ville. Rég	0.09**	0.15***	0.10**	-0.05	

Note : La valeur propre de la 4^e composante non tournée est indiquée lorsqu'elle n'est pas supérieure à un. Quatre composantes sont retenues afin que chaque régression des tableaux 3 et 4 ait les mêmes degrés de liberté. Les facteurs composantes après rotation orthogonale sont affichés.

Annexe B : Solutions composantes pour les territoires centrés sur les municipalités cibles

Solution composante, Toutes - 20km (valeur propre 4e = 0.81)					
	Comp.1	Comp.2	Comp.3	Comp.4	Comm
J	0.76	0.45	0.18	-0.10	0.83
croiss	0.72	0.22	0.33	0.09	0.68
vital	0.60	0.67	0.34	-0.04	0.93
emp	0.60	0.67	0.20	-0.14	0.87
act	0.14	0.89	0.19	-0.01	0.86
rev	0.22	0.82	0.32	-0.05	0.83
ed	0.06	0.32	0.90	0.08	0.91
taille	0.35	0.24	0.82	-0.04	0.85
cult	0.07	-0.12	0.02	0.88	0.79
hôt	-0.24	0.04	0.01	0.80	0.70
vieux	-0.90	-0.09	-0.02	0.18	0.85
Variance	2.88	2.81	1.91	1.49	82.7%
Corrélation avec composantes principales:					
	-	-	-	-	
Dist. Métro	-0.02	0.20***	0.66***	-0.07*	
	-	-	-	-	
Ville. Rég	-0.04	0.16***	0.02	0.12***	
Solution composante, périphériques, 10km (valeur propre 4e >1)					
	Comp.1	Comp.2	Comp.3	Comp.4	Comm
J	0.81	0.38	-0.03	-0.11	0.81
croiss	0.64	-0.08	0.51	0.07	0.67
vital	0.63	0.54	0.46	-0.03	0.90
act	0.03	0.88	0.07	0.00	0.77
rev	0.18	0.77	0.33	-0.03	0.73
emp	0.61	0.62	0.19	-0.12	0.80
ed	-0.19	0.29	0.84	0.01	0.82
taille	0.23	0.13	0.67	-0.11	0.53
cult	0.08	-0.18	0.02	0.83	0.74
hôt	-0.27	0.15	-0.10	0.72	0.62
vieux	-0.88	-0.01	0.03	0.12	0.79
Variance	2.81	2.33	1.77	1.27	74.4%
Corrélation avec composantes principales:					
	-	-	-	-	
Dist. Métro	0.29***	-0.06	0.36***	-0.03	
Ville Rég	0.00	0.01	0.27***	-0.05	

Solution composante, centrales - 10km (valeur propre 4e >1)					
	Comp.1	Comp.2	Comp.3	Comp.4	Comm
croiss	0.89	0.00	0.13	0.04	0.81
vital	0.87	0.42	-0.06	-0.11	0.95
J	0.83	0.20	-0.36	0.00	0.85
emp	0.72	0.43	-0.36	-0.17	0.87
act	0.68	0.35	-0.23	-0.15	0.67
rev	0.65	0.66	0.02	-0.16	0.88
ed	0.12	0.91	0.21	-0.04	0.88
taille	0.36	0.71	-0.30	0.20	0.76
cult	-0.05	0.11	0.84	0.16	0.75
hôt	-0.10	0.01	0.16	0.95	0.93
vieux	-0.65	-0.20	0.60	0.03	0.82
Variance	4.22	2.33	1.56	1.06	83.4%
Corrélation avec composantes principales:					
	-	-	-	-	
Dist. Métro	-0.45***	-0.60***	0.05	-0.05	
Ville. Rég	-0.15***	-0.23***	-0.21***	-0.05	

Note : La valeur propre de la 4^e composante non tournée est indiquée lorsqu'elle n'est pas supérieure à 1. Quatre composantes sont retenues afin que chaque régression des tableaux 3 et 4 ait les mêmes degrés de liberté. Les facteurs composantes après rotation orthogonale sont affichés.

Annexe C: Guide pour les entretiens

Thèmes	Sujets/Questions
<u>Individu/Entrepreneur</u> : Portrait général du répondant en guise d'introduction. Parlez-moi de vous, de votre expérience dans le milieu.	- Pourquoi avoir choisi une carrière dans le secteur microbrassicole? - Avez-vous des études dans le domaine? - Faites-moi le portrait de votre carrière dans le domaine microbrassicole.
<u>Entreprise/Modèle d'affaires</u> : Identifier le mode de fonctionnement de l'entreprise (modèle d'affaires) incluant l'approvisionnement, la production, le marketing et la distribution. Parlez-moi de votre modèle d'affaires et du mode de fonctionnement de votre entreprise.	- Quand la microbrasserie a été fondée et comment tout a commencé (facteurs explicatifs du développement de nouvelles industries, GEE)? - Stratégie d'approvisionnement de la matière première. - o D'où elle provient (approvisionnement local ou non)? Qui la fournit (fournisseurs locaux ou non)? - o Comment gérez-vous vos stocks (évaluation des volumes de matière première) et est-ce que votre approvisionnement varie en fonction de la demande et des saisons? - Stratégie de production - o Organisation de la production au sein de l'entreprise? Comment s'organise la production (développement de procédés efficaces, logistique de production)? - o Comment planifiez-vous les volumes de production (anticipation)? - o Parlez-moi de l'évolution de votre production (en termes de développement de l'équipement/productivité), donc de la variation de votre stratégie dans le temps. - Packaging/Marketing - o Sentez-vous que vous avez exploité toutes vos opportunités de marché? Sinon, quelles opportunités souhaiteriez-vous explorer? - o Avez-vous une clientèle cible vers qui vous orientez votre marketing ou votre approche client?

	○ Avez-vous des campagnes marketing ou une stratégie de communication pour faire connaître votre offre? Si oui, quelles sont-elles? ○ Votre marketing fait-il référence à des aspects locaux (histoire, culture)? - Distribution ○ Quels sont vos modes de distribution (sur place, en épicerie spécialisée ou grande surface, site internet)? ○ Sélectionnez-vous vos points de vente pour distribuer vos produits et avez-vous des exclusivités pour certains produits avec certains points de vente? ○ Jusqu'où s'étend votre distribution? - Quels sont les barrières ou obstacles qui freinent votre développement?
<u>Innovation</u> : Niveau d'innovation et tendance à innover des entreprises (effets locaux d'une nouvelle industrie)	- Quelles sont vos activités internes qui vous amènent à développer de nouveaux produits (usage d'ingrédients locaux, usage d'une grande variété d'ingrédients, oser de nouvelles recettes, usage de techniques ancestrales, collaborations, etc.)? - Collaborations : ○ Est-ce que dans le cadre du développement de nouveaux produits, vous êtes amené à collaborer? Avec qui? Où? Pourquoi? ○ De manière générale (développement de l'entreprise, pas seulement bière), est-ce que vous êtes amené à collaborer avec des partenaires (restaurateur, salle de spectacle, hébergement, etc.)? ○ Qu'est-ce qui vous pousse à développer ces collaborations? - Facteurs de différenciation : ○ Quels sont les éléments qui vous différencient de vos concurrents (ingrédients, caractéristiques)?
<u>Développement local</u> : Comprendre l'idée de développement local des microbrasseries et de leur impact dans leur milieu. Contribution de ces entreprises au développement économique, social et culturel local en	- Facteurs de localisation ○ Pourquoi avez-vous décidé de vous localiser dans la région? - Contribution au développement local

plus de leur impact comme catalyseur du changement urbain. (Effets locaux d'une nouvelle industrie)	○ En quoi vos activités contribuent au développement (économique, social et culturel) local de la région (création d'emplois, création de produits locaux, attractivité touristique, revigoration de quartier)? - Activités générées ○ Quelles sont les activités que vous générez autre que la bière (restauration, salle de spectacle, auberge, boutique)? ○ En quoi ces activités contribuent au succès de l'entreprise? ○ En quoi ces activités ont un impact sur le développement de la région? - Connexion à la communauté locale ○ Autre vos activités en lien avec la microbrasserie, prenez-vous des engagements sociaux et communautaires afin de contribuer au développement de la région, si oui, quels sont ces engagements et pourquoi prendre ces engagements? - Collaborations au niveau local : ○ Avez-vous des partenariats (collaborations) avec des acteurs locaux (producteurs, restaurateurs, hôteliers), si oui, lesquels et pourquoi?
<u>Attractivité (touristique)</u> : Comprendre comment les microbrasseries deviennent des facteurs d'attractivité des régions. Saisir la popularité et l'engouement de ces petites entreprises. (Effets locaux d'une nouvelle industrie)	- Quels sont les activités ou les moyens que votre entreprise développe pour contribuer au développement touristique de la région? - Comment mettez-vous en valeur vos produits et/ou la microbrasserie pour attirer les touristes? - Tourisme et route touristique ○ En quoi le développement et l'émergence de la route constituent un levier d'attractivité pour votre entreprise?
<u>Industrie</u> : Faire le point et le portrait de l'industrie microbrassicole au Québec.	- Comment percevez-vous votre croissance dans les prochaines années et quels sont les projets qui vont orienter cette croissance?

	- Comment voyez-vous votre rôle et votre contribution au succès de la route touristique? - Selon vous, quels seraient les principaux facteurs explicatifs du développement de l'industrie microbrassicole en région? - Comment voyez-vous la croissance de l'industrie microbrassicole au Québec dans les prochaines années?
--	--

**Retrait d'une ou des pages pouvant contenir des renseignements
personnels**

recherche de HEC Montréal. Notez que votre approbation à participer à ce projet de recherche équivaut à votre approbation pour l'utilisation de ces données pour des projets futurs qui devront toutefois être approuvés par le Comité d'éthique de recherche de HEC Montréal.

Toutes les personnes pouvant avoir accès au contenu de votre entrevue de même que la personne responsable d'effectuer la transcription de l'entrevue, ont signé un engagement de confidentialité.

4. Protection des renseignements personnels lors de la publication des résultats

Les renseignements que vous avez confiés seront utilisés pour la préparation d'un document qui sera rendu public. Les informations brutes resteront confidentielles, mais le chercheur utilisera ces informations pour son projet de publication. Il vous appartient de nous indiquer le niveau de protection que vous souhaitez conserver lors de la publication des résultats de recherche.

Niveau de confidentialité

Option 3 :

- Je ne veux pas que le nom de mon organisation apparaisse lors de la diffusion des résultats de la recherche.

Si vous cochez cette case, aucune information relative à votre nom ou à votre fonction ne sera divulguée lors de la diffusion des résultats de la recherche. Même si le nom de votre entreprise ne sera pas cité, il est possible qu'une personne puisse effectuer des recoupements et ainsi obtenir votre nom. Par conséquent, vous ne pouvez pas compter sur la protection absolue de votre anonymat.

Consentement à l'enregistrement audio de l'entrevue :

- J'accepte que le chercheur procède à l'enregistrement audio de cette entrevue.
- Je n'accepte pas que le chercheur procède à l'enregistrement audio de cette entrevue.

Vous pouvez indiquer votre consentement par signature, par courriel ou verbalement au début de l'entrevue.

SIGNATURE DU PARTICIPANT À L'ENTREVUE :

Prénom et nom :

Signature : _____ Date (jj/mm/aaaa) : 28/10/2021

SIGNATURE DU CHERCHEUR :

Prénom et nom : Félix Garneau

Signature : _____ Date (jj/mm/aaaa) : 28/10/2021