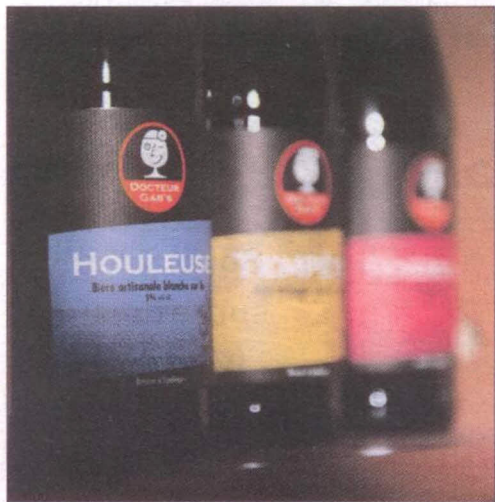


Le contre-exemple des bières Docteur Gab's

Créée en 2009 par trois amis d'enfance après huit ans de brassage amateur en commun, la Brasserie Docteur Gab's produit des bières de dégustation de haute qualité sous forme de bouteilles et de fûts. Gabriel Hasler, Reto Engler et David Paraskevopoulos, basés à Epalinges, proposent quatre bières à l'année: une blanche, une blonde forte, une ambrée et une bière noire torréfiée. Leur entreprise se différencie de



DOCTEUR GAB'S: des produits perçus de haute gamme.

la concurrence «par des produits de caractère perçus de haut de gamme tout en restant accessibles à un public de non-spécialistes».

La production de cette brasserie est passée de cent hectolitres en 2009 à quatre cents hectolitres en 2011. Grâce à l'acquisition d'une nouvelle installation de brassage, la capacité va être multipliée par dix en 2012. Ce succès et cette croissance reposent en partie sur l'image de marque développée par Docteur Gab's.

Et celle-ci n'a pas été confiée aux bons soins du rétro-marketing. Gabriel Hasler explique: «Nous mettons bien sûr en avant l'aspect traditionnel et local de nos bières, mais nous n'insistons pas plus que cela sur d'autres références au passé.

Au contraire, nous développons davantage notre caractère innovant, qui correspond aux goûts du public que nous voulons séduire. Les amateurs de Docteur Gab's sont des personnes qui considèrent la bière comme une boisson de dégustation et non uniquement de soif. Notre clientèle est principalement urbaine et âgée entre 20 et 45 ans. Elle cherche un produit spécifique, différent des boissons standardisées et insipides que l'industrie leur propose, un contact direct avec le producteur et une certaine image décontractée et moderne liée à l'acte de consommation.»