

Anaïs Lecoq

# MALTRIARCAT

Quand les femmes ont soif  
de bière et d'égalité





Anaïs Lecoq

# MALTRIARCAT

Quand les femmes ont soif  
de bière et d'égalité

## DÉJÀ PARU DANS LA COLLECTION « LE POING SUR LA TABLE »

*Faiminisme*

Nora Bouazzouni

*Bouffes bluffantes*

Nicolas Kayser-Bril

*Spaghetti Wars*

Tommaso Melilli

*Plaidoyer pour le vin naturel*

Éric Morain

*Les Agronautes*

Cédric Rabany

*Breuvages bluffants*

Nicolas Kayser-Bril

*Voracisme*

Nicolas Kayser-Bril

*Steaksisme*

Nora Bouazzouni

© Nouriturfu, 2022

Illustration de couverture : Alice Mazel

Conception graphique et mise en page : Nina Clauzel

Diffusion et distribution : Harmonia Mundi *livre*

ISBN 978-2-490698-56-1

[www.nouriturfu.com](http://www.nouriturfu.com)

@nouriturfu

#Maltriarcat

LE POING SUR LA TABLE

Anaïs Lecoq

# MALTRIARCAT

Quand les femmes ont soif  
de bière et d'égalité





7. AVANT-PROPOS

17. UNE ÉVICTION ORGANISÉE

45. DE PRODUCTRICES À PROMOTRICES

75. FAIRE GENRE

105. REPRENDRE SA PLACE

139. REMERCIEMENTS

141. L'AUTRICE



## AVANT-PROPOS

En 1946, Rosa Merckx est embauchée en tant que secrétaire par la brasserie belge Liefmans. Rapidement, elle accompagne le brasseur Paul Van Gheluwe à l'élaboration des recettes et au brassage. Au décès de ce dernier, en 1972, elle prend sa succession et devient la première maître-brasseuse de Belgique, dirigeant une équipe de quarante hommes. À 96 ans, retraitée depuis 1990, elle arpente régulièrement les allées de la brasserie pour déguster et contrôler la qualité des bières. Toujours en Belgique, An de Ryck reprend l'entreprise familiale dans les années 70, après être devenue la première ingénieure brassicole du pays. Son père ne souhaitait initialement pas qu'elle devienne brasseuse, ce qui l'a d'autant plus motivée à le devenir. En 1976, aux États-Unis, Suzanne Stern Denison et Jane Zimmerman co-fondent avec Jack McAuliffe la première brasserie post-Prohibition, New Albion, en Californie. Mais c'est Jack qui reçoit en 2019 les honneurs du musée national d'histoire américaine de Washington, pour son influence dans le monde brassicole américain. Suzanne et Jane ont dû louper l'invitation, pas de bol. « Les gens me disent : "Ça ne t'énerve pas que, lorsque Jack a commencé à attirer l'attention, il ne vous ait jamais

mentionnées, ni toi, ni Jane ?” Et je réponds : “Je ne suis pas en colère. Je m’en fiche un peu” », explique Suzanne Denison à 87 ans<sup>1</sup>. « Je sais le rôle que j’ai joué, et c’est assez pour moi. » Quelle classe... Vendeuse de matériel de brassage amateur dans les années 70, Nancy Crosby convainc le Congrès américain de rendre légal le *homebrewing*, interdit depuis la Prohibition, grâce à un impressionnant lobbying. Jimmy Carter signe sa légalisation le 14 octobre 1978. Le brassage amateur est un des vecteurs les plus importants de l’explosion de la bière artisanale dans les décennies qui suivent. Et c’est Nancy Ponzi, co-fondatrice avec son mari Dick de la Bridgeport Brewing Company, qui aide à la légalisation des *brewpubs*<sup>2</sup> en Oregon en 1985. Son mari est le seul à avoir droit à sa page Wikipédia, car « l’histoire du travail des femmes est souvent racontée à travers celle de leurs maris et de leurs fils. Elles sont catégorisées comme des épouses et des mères plutôt que des associées ou des gérantes<sup>3</sup>. » En 1986, en Californie, Judy Ashworth fait de son bar le premier bar des États-Unis à ne servir que de la *craft* (de la bière artisanale), cessant ses contrats avec

---

<sup>1</sup> « *Brewing Pioneers: Suzy Denison* » (Beervanablog.com, 25 nov. 2020).

<sup>2</sup> Un *brewpub* est un établissement composé d’un restaurant et/ou d’un bar où la bière servie est brassée sur place.

<sup>3</sup> Tara Nurin, « *A woman’s place is in the brewhouse: a forgotten history of alewives, brewsters, witches and CEOs* » (Chicago Review Press Incorporated, sept. 2021).

Budweiser ou Coors. Une pionnière et une visionnaire, qui avait même interdit la cigarette dans son établissement pour que la clientèle puisse sentir et goûter la bière comme il se doit (impensable dans les années 80). En Afrique du Sud, Apiwe Nxusani-Mawela est une habituée des « premières » : première Sud-Africaine (tous genres confondus) à être diplômée de l'Institut de brassage et de distillation (au Royaume-Uni), première personne noire formatrice de ce même établissement, et première femme noire à la tête d'une brasserie dans le pays. En 2021, elle organise à Johannesburg le premier Blacktoberfest, où elle met à l'honneur des brasseur-ses noir-es.

Sauf exception, vous n'avez probablement jamais entendu parler de ces femmes, qui ont pourtant participé à façonner le monde de la bière artisanale tel qu'on le connaît aujourd'hui. Et vous n'avez là qu'une infime partie des noms et des histoires oubliées que j'ai pu lister pendant mes recherches.

Quand j'ai appris que les femmes, jusqu'à il y a quelques siècles, avaient un rôle prépondérant (aussi bien économiquement que socialement) dans la fabrication de la bière, j'ai vu rouge. Brassage de bière : une croix de plus sur la check-list des métiers et statuts dont on a privé les femmes à travers l'histoire. On s'est encore bien fichu

de nous, à nous faire croire que nous n'avions pas notre place dans une salle de brassage ou dans un bar, une pinte à la main. Alors que c'est sous le coup d'interdits, de lois inégalitaires et de superstitions infondées que les femmes ont peu à peu perdu leur hégémonie dans la pratique, au profit d'une industrie capitaliste puissante et presque exclusivement masculine. Pensée par et pour les hommes, de A à Z. Les industriels et les publicitaires s'en sont assuré.

J'aime avec passion le monde de la bière. J'y ai rencontré des personnes exceptionnelles, découvert une entraide dont on fait rarement l'expérience dans le monde professionnel, appris à déguster un produit à la diversité incroyable. Mais le microcosme ultra ouvert et bienveillant que je me suis imaginé ne l'est pas totalement. Ou en tout cas pas pour tout le monde. Car le patriarcat n'a pas attendu que je redescende sur terre pour m'attraper par le col. C'est ce caviste, dans une boutique spécialisée, qui s'adresse à mon conjoint en m'ignorant royalement. C'est ce serveur qui, quand je commande ma bière préférée, me demande trois fois, avant de daigner me servir, si je suis sûre que je vais aimer parce que, quand même, c'est fort/pas sucré/acide ou les trois à la fois. Ce sont ces types qui m'expliquent la bière que je suis en train de boire tout en laissant mes amis déguster leur pinte en toute tranquillité. Ou ces petits

mecs qui clament haut et fort que, eux, ils ne boivent certainement pas de « bières de gonzesses ». Toutes les amatrices de bières, professionnelles ou non, peuvent se reconnaître dans au moins une de ces situations (pour ne pas dire toutes). Car cette boisson reste encore aujourd'hui profondément associée au masculin dans l'imaginaire collectif. Elle fleure bon les soirées pizza entre mecs devant un match de foot, le barbecue du dimanche avec une bonne assiette de viande et autres clichés remplis de virilité et de masculinité. Les femmes, petites choses douces et fragiles, ne peuvent se délecter d'un breuvage aussi puissant que la bière. Sauf si elle est légère et fruitée, à la limite. Une *bière de filles*, quoi.

Sur TikTok, je suis tombée sur le *beer girl poster challenge*. Sur le coup, j'imaginai qu'il s'agissait d'un challenge d'*empowerment* pour les meufs qui aiment la bière. L'ascenseur émotionnel fut fatal. « Je fais le "beer girl poster challenge" pour mon petit copain/mon mari », dévoilent les utilisatrices sur la musique du groupe AC/DC, *You shook me all night long*. L'objectif : reproduire l'une ou l'autre des célèbres affiches publicitaires de marques comme Budweiser, Coors ou Busch, et l'offrir à son conjoint. Ces dernières représentent majoritairement des femmes en bikini, avec des gros plans sur les fesses, le décolleté, et un

visage qui rentre rarement dans le cadre. Si je n'ai rien contre les femmes qui ont réalisé ce challenge (parce qu'elles font bien ce qu'elles veulent), je ne peux m'empêcher de grincer des dents en pensant que c'est la seule chose à laquelle on pense quand on associe la bière aux femmes. Des corps sexualisés pour plaire aux mecs cis<sup>4</sup> hétéros. Car, si on les a exclues du brassage, on a quand même gardé les femmes sous le coude pour aguicher ces messieurs et les pousser à consommer toujours plus. Pas besoin de beaucoup se creuser la tête pour trouver une étiquette avec une nana à forte poitrine, un jeu de mot minable sur la fellation et autres positions sexuelles dégradantes.

Alors si demain je vous disais que je n'ai envie de boire que des bières brassées par des femmes, la tâche serait ardue. Des brasseries *women owned*, il y en a pourtant pas mal en France. Mais pour mettre la main dessus, c'est plus compliqué. Petite production, faible visibilité, pas les moyens d'être distribuées nationalement : vous ne trouverez pas leurs bières dans des enseignes ou boutiques en ligne spécialisées, vous ne verrez pas leurs stands dans les grands festivals nationaux puisqu'elles n'y sont quasiment pas invitées. En 2021, au Paris Beer Festival, sur

---

<sup>4</sup> Cis ou cisgenre : type d'identité de genre où le genre ressenti d'une personne correspond à celui assigné à sa naissance.

les 44 brasseries présentes lors du week-end de clôture, 4 étaient fondées ou co-fondées par une femme (soit 9 %). Au Beer Love Festival, à Montpellier, il y en avait 1 sur 25 (4 %), 6 sur 45 à Nantes sous Pression (13 %) et 13 sur 100 pour Bière à Lille (13 %). Je n'irai pas jusqu'à penser que c'est un choix conscient de ne pas les inviter. La raison étant avant tout que ces événements reposent principalement sur le réseau et le copinage entre brasseurs, auxquels les brasseuses ont rarement accès.

Mais si je vous disais que je n'ai envie de boire que des bières brassées par des femmes, on me dirait que je suis une extrémiste et que ce choix est du « sexisme inversé » (*sic*). On harcèle gaiement les féministes qui disent ne lire que des autrices, comme si c'était le péché ultime, alors que les chiffres montrent l'exact inverse : ce sont d'abord les hommes qui préfèrent lire leurs semblables<sup>5</sup>. Virginie Despentes nous avait bien prévenues dans *King Kong Théorie* : « Les hommes aiment les hommes. (...) Ils se regardent au cinéma, se donnent de beaux rôles, ils se trouvent puissants, fanfaronnent, n'en reviennent pas d'être aussi forts, beaux et courageux. Ils écrivent les uns pour les autres, ils se congratulent, ils se soutiennent. Ils

---

<sup>5</sup> Le lectorat des dix autrices les plus vendues dans le monde est composé à 19 % d'hommes et à 81 % de femmes, quand pour leurs équivalents masculins on compte 55 % d'hommes et 45 % de femmes.