BRASSERIES ET BIERES DANS LA STRATEGIE DE CONQUETE DE LA SOUVERAINETE ECONOMIQUE AU BURKINA FASO (1960-2025)

Pegdwendé Fulbert ZONGO
Université Yembila Abdoulaye TOGUYENI (UYAT) Fada-Burkina Faso
p.fulbert_zongo@yahoo.com

Résumé :

Depuis les indépendances, les efforts des autorités burkinabé pour impulser un développement industriel centré sur les secteurs stratégiques, ont toujours accordé une place de choix au secteur brassicole comme pouvant permettre au pays de réduire sa dépendance économique vis-à-vis de l'extérieur. Ainsi, la souveraineté n'est plus seulement perçue sous l'angle politique et/ou juridique, mais aussi et surtout sous l'angle économique. Cet article analyse la place des brasseries et de la production de bière dans les stratégies de conquête de la souveraineté économique au Burkina Faso de 1960 à 2025. À partir d'une approche historique et socio-économique, il examine l'évolution de l'industrie brassicole depuis la création de la Brasserie de la Volta (Bravolta) au lendemain de l'indépendance, en 1960, puis l'émergence de la Société Voltaïque de brasserie (Sovobra) en 1974, leur transformation en Brakina et Sobbra au cours de la Révolution de 1983, et enfin leur restructuration et leur fusion au début des années 1990 sous l'égide du groupe Castel. Les résultats montrent que, d'une part les brasseries ont été des leviers de renforcement de l'identité nationale ; et que d'autre part, dans le contexte actuel marqué par le défi sécuritaire, les prélèvements sur la vente des bières constituent des ressources économiques stratégiques dont la contribution à la résilience du pays est plus que sollicitée.

Mots-clés : Burkina Faso ; souveraineté économique ; brasserie ; bière, Brakina.

Abstract:

Since independence, the efforts of Burkinabe authorities to promote industrial development focused on strategic sectors have consistently given prominence to the brewing industry as a means for the country to reduce its economic dependence on foreign countries. Thus, sovereignty is no longer perceived solely from a political and/or legal perspective, but also, and perhaps more importantly, from an economic one. This article analyzes the role of breweries and beer production in strategies for achieving economic sovereignty in Burkina Faso from 1960 to 2025. Using a historical and socio-economic approach, it examines the evolution of the brewing industry from the creation of Brasserie de la Volta (Bravolta) in 1960, then the emergence of Sovobra in 1974, their transformation into Brakina and Sobbra during the Revolution of 1983, and finally their restructuring and merger in the early 1990s under the aegis of the Castel group.

The results show that, on the one hand, breweries have been levers for strengthening national identity; and that, on the other hand, in the current context marked by the security challenge, levies on beer sales constitute strategic economic resources whose contribution to the country's resilience is more than needed.

Keywords: Burkina Faso; economic sovereignty; brewery, beer, Brakina.

Introduction

Au cours des années 1960, le Burkina Faso, à l'instar de la plupart des États d'Afrique noire francophone, accède à l'indépendance dans un contexte marqué par l'affirmation de la souveraineté politique et la volonté de construire des économies nationales autonomes. Toutefois, l'enthousiasme suscité par l'émancipation politique laisse rapidement apparaître les limites de cette souveraineté. Sur le plan économique, le nouvel État demeure fortement dépendant

des anciennes puissances coloniales et, plus largement, des pays industrialisés occidentaux. Cette dépendance se manifeste notamment par la persistance de rapports économiques asymétriques, la faiblesse des capacités productives nationales, la prédominance des capitaux étrangers et l'importation d'une grande partie des biens d'équipement et des intrants nécessaires à l'activité économique (Nkrumah, 1965, p. 21). Ainsi, l'indépendance politique ne s'accompagne pas nécessairement d'une autonomie économique effective, limitant la capacité des autorités nationales à définir et à mettre en œuvre une politique économique véritablement indépendante (Marchal, 1982, p. 27).

Dans ce contexte, l'économie burkinabè demeure caractérisée par une forte présence des entreprises étrangères dans plusieurs secteurs considérés comme stratégiques. Cette situation contribue à limiter l'émergence et le développement d'un secteur privé national capable de participer de manière significative à la transformation structurelle de l'économie (Labazée, 1988, p. 8). Le secteur brassicole constitue, à cet égard, un observatoire particulièrement pertinent de ces dynamiques. Héritée de la période coloniale, l'industrie de la brasserie demeure longtemps dominée par des capitaux et des groupes étrangers qui y exercent une position prépondérante, voire un monopole de fait (Domergue, 1985, p. 159). La dépendance se traduit notamment par l'importation des matières premières, des équipements et de certaines technologies indispensables à la production, ainsi que par le rapatriement

d'une partie substantielle des bénéfices vers les pays d'origine des capitaux.

Cependant, autant l'industrie brassicole s'affiche comme un secteur stratégique par son poids dans les investissements industriels, sa capacité de création d'emplois directs et indirects, sa contribution aux recettes fiscales et son potentiel de stimulation des filières agricoles et des activités connexes, autant elle apparait comme l'un des secteurs où la dépendance économique extérieure du pays est la plus criarde. Si celle-ci peut constituer un instrument de transformation de l'économie nationale, c'est parce que la production et la consommation de bières fabriquées localement peuvent favoriser la création de valeur sur le territoire national, soutenir les capacités productives, élargir la base industrielle et contribuer à la mobilisation de ressources fiscales. Elle peut alors participer à la construction d'une identité économique et commerciale nationale, notamment lorsque les entreprises brassicoles inscrivent leurs marques et leurs stratégies de communication dans les représentations sociales et culturelles du pays.

Dès lors, l'étude du secteur brassicole permet de dépasser une conception strictement politique de la souveraineté pour interroger ses dimensions productives, financières, fiscales et même symboliques. Elle conduit notamment à s'interroger sur les conditions dans lesquelles une activité initialement marquée par la dépendance aux capitaux, aux équipements et aux intrants étrangers peut progressivement devenir un support de l'autonomisation économique nationale. C'est dans

cette perspective que s'inscrit la présente recherche, qui porte sur les relations entre brasseries, consommation de bières et construction de la souveraineté économique au Burkina Faso, de 1960 à 2025.

La question centrale qui guide cette étude est dès lors la suivante : dans quelle mesure les brasseries et les bières constituent des leviers dans la quête d'une véritable souveraineté économique du Burkina Faso, entre 1960 et 2025 ? Cette interrogation principale appelle plusieurs questionnements complémentaires : comment l'industrie brassicole a-t-elle participé à la construction et à la diffusion de représentations liées à l'identité nationale ? Dans quelle mesure la production et la consommation de bières ont-elles permis de réduire la dépendance économique du pays vis-à-vis de l'extérieur, et plus particulièrement dans le contexte de la résilience économique liées au contexte sécuritaire ?

La pertinence de cette problématique apparaît d'autant plus grande que les recherches consacrées à la souveraineté économique du Burkina Faso portent habituellement sur les secteurs des industries extractives (notamment l'or) ou des produits agricoles de rente (le coton). Le secteur brassicole demeure relativement peu étudié par les historiens, alors même qu'il constitue une composante ancienne et significative du tissu industriel national. L'étude historique des brasseries offre ainsi la possibilité d'enrichir la compréhension des mécanismes de dépendance et d'autonomisation économiques en déplaçant le regard vers

une industrie de transformation dont les effets dépassent le seul cadre de la production de bières.

L'hypothèse générale retenue est que, de 1960 à 2025, le développement de l'industrie brassicole et l'évolution de la consommation de bières produites au Burkina Faso ont contribué, à des degrés variables selon les périodes, à la construction de la souveraineté économique nationale. Cette contribution s'est exprimée à travers plusieurs mécanismes : le renforcement de l'identité nationale à travers l'association de certaines marques brassicoles à des références culturelles et identitaires nationales ; à l'ancrage d'un patriotisme économique permettant la génération de recettes fiscales, le développement d'activités économiques connexes, la consolidation progressive de la base industrielle et la valorisation de certaines productions nationales.

Pour vérifier cette hypothèse, l'étude s'est appuyée sur une démarche d'histoire économique, enrichie par une approche pluridisciplinaire mobilisant notamment l'économie, la sociologie et l'histoire des entreprises. Elle repose sur l'exploitation croisée de sources archivistiques, administratives, journalistiques et scientifiques, complétées par des entretiens réalisés auprès de certains acteurs du secteur brassicole. Le croisement de ces différentes catégories de sources permet de restituer l'évolution de l'industrie brassicole dans la durée, d'identifier les transformations de ses structures de propriété et de production et d'apprécier sa contribution aux dynamiques économiques socioculturelles nationales.

L'intérêt scientifique de cette recherche réside ainsi dans l'analyse d'un secteur industriel encore peu exploré par l'historiographie économique du Burkina Faso, mais dont les implications sont multiples. En prenant les brasseries et les bières comme objet d'étude, cette recherche entend contribuer à une meilleure compréhension des rapports entre industrie, consommation, fiscalité, création de valeur, identité nationale et souveraineté économique. Elle permet également d'interroger, dans la longue durée, les modalités par lesquelles un État sahélien confronté à des contraintes structurelles et, plus récemment, à un contexte de crise sécuritaire, cherche à renforcer ses capacités économiques et à réduire certaines formes de dépendance extérieure.

Quant aux bornes chronologiques de cette étude, elles permettent de mieux cerner les analyses et le déroulement des faits dans leurs séquences temporelles. Elle couvre la période allant de 1960 à 2025. L'années 1960 correspond à l'accès à l'indépendance du pays, ainsi que la mise en place de la première brasserie industrielle par les colons français. Quant à l'année 2025, elle coïncide avec la réouverture de la première brasserie typiquement nationale, notamment la SN-Brafaso.

Les résultats de la recherche ont conduit à structurer l'étude en deux grandes parties : la première offre un éclairage sur les principaux concepts qui fondent la quintessence même du sujet ; la seconde analyse le rôle des brasseries dans la construction et le renforcement de l'identité nationale, en mettant l'accent sur les stratégies des entreprises, les représentations associées aux marques

et les pratiques de consommation ; enfin, la troisième examine la contribution de la bière et de l'activité brassicole à l'effort économique national, notamment à travers les investissements, la création d'emplois, la fiscalité, les effets induits sur les activités économiques connexes et les dynamiques de résilience économique dans le contexte sécuritaire contemporain.

I. Clarification des concepts et aperçu historique de la brasserie

Avant d'aborder le vif du sujet, il nous parait méthodologiquement nécessaire de définir les concepts de « brasserie », de « bière » et de « souveraineté économique » étant entendu que ceux-ci constituent les pièces centrales à partir desquelles l'article est construit, afin d'éviter les ambiguïtés sémantiques et les anachronismes qui pourront en découler. Il nous est aussi paru utile d'offrir un bref aperçu sur l'histoire de l'industrie brassicole au Burkina Faso.

I.1 Des notions de brasserie, de bière et de souveraineté

Le mot « brasserie » est dérivé du verbe « brasser » qui signifie « fabriquer la bière ». Ainsi, le terme « brasserie » désigne, dans son acception première, le lieu où l'on fabrique la bière (Varlet, 2022 :65) ; par extension, il désigne également l'industrie consacrée à sa fabrication. Quant à la notion de « bière », il s'agit d'un terme d'origine néerlandaise « bier » qui signifie une boisson légèrement alcoolisée. Selon les premières définitions, est « bière » toute boisson alcoolisée obtenue par une fermentation du sucre de l'orge germée sous l'action de la levure et parfumée avec du

houblon ». Mais les définitions plus récentes, désignent la bière comme une « boisson alcoolisée obtenue par la fermentation de solutions dérivées de certaines céréales et autres grains amylacés ». Autrement dit, on constate que, tout comme la « brasserie », la notion de bière a aussi évolué ; en effet, pendant longtemps, seule l'orge était prise en compte dans la définition de la « bière ». Les définitions qui étaient, pour ainsi dire, européocentriques, ont été au fur et à mesure remaniées pour prendre en compte les autres céréales. En effet, en Afrique, en Amérique latine ou en Asie, les bières ont toujours été produites à partir d'autres céréales telles que le mil ou le sorgho (Afrique), le maïs (Amérique latine) ou le riz (Asie), … (Zongo, 2003 :157). De nos jours, lorsqu'on parle de « bière », c'est généralement pour faire allusion à la bière industrielle (moderne) ; aussi bien que lorsqu'on parle de « brasserie », c'est pour faire allusion à celle industrielle (moderne). En Europe ou en Amérique du Nord, il est de plus en plus question de la « Craft beer », littéralement « bière artisanale », qu'il faut cependant distinguer de la bière artisanale traditionnelle en Afrique comme le dolo ou le tchapalo, ...

En fin de compte, la brasserie et la bière sont deux notions complémentaires, voire indissociables ; la première renvoie à l'activité et au lieu de production, tandis que la seconde désigne le produit. Théoriquement donc, la bière n'est produite, en principe, qu'à la brasserie, et la brasserie ne devrait produire que la bière ; et l'action de produire la bière est désignée sous l'expression d'« activité brassicole ».
De nos jours, et plus précisément dans le contexte africain, voire burkinabé, cette assertion est à nuancer. En effet, le

terme brasserie s'est beaucoup élargi pour s'appliquer aux usines qui produisent des boissons gazeuses, parmi lesquelles on trouve les bières, les sucreries, les eaux gazeuses, voire les glaces industrielles ; même si, malgré tout, la bière demeure le principal produit. Dans le cadre de cette étude, la brasserie sera entendue comme une unité ou une entreprise industrielle spécialisée dans la production et la commercialisation de la bière.

Quant au concept de souveraineté, il a considérablement évolué selon les contextes. Historiquement, il se rapportait à l'exercice de la puissance d'un Etat sur un territoire (Bodin, 1993 :15) ; cette vision a connu son apogée avec les traités de Westphalie (1648) qui consacrent l'Etat comme unique détenteur de la souveraineté (Birema, 2018 :1). Les mutations contemporaines du monde ont progressivement rendu cette conception plus ou moins caduque, à tel point que le principe de souveraineté est souvent présenté comme un produit de l'histoire et du contexte (Krasner, 1999 :51). Aujourd'hui, la souveraineté n'est donc plus penser seulement en termes politique et juridique, mais aussi et surtout économique. Elle implique que l'Etat dispose de la capacité de prendre librement ses décisions économiques en toute autonomie et à préserver les intérêts stratégiques de ses populations, sans trop dépendre de l'extérieur. Dans cette logique, l'industrie brassicole apparait comme un observatoire privilégié de la souveraineté. Pour cela, il convient de placer l'analyse de cette dernière dans une perspective qui dépasse la simple production de bière, et jeter un regard sur son rôle politique fondateur ainsi que sa forte contribution aux recettes fiscales et au

développement des chaînes de valeur locales, A ce propos, l'histoire de l'industrie brassicole burkinabé offre un éclairage sur la problématique des politiques de souveraineté économique depuis les indépendances.

I.2 Aperçu historique sur la brasserie

La brasserie est une activité qui plonge ses racines loin dans l'histoire. Le lieu et la date de fabrication de la première bière de l'humanité est difficile, voire impossible à situer. Les connaissances actuelles situent son origine en Mésopotamie (Varlet, 2022 :23) ; on y a trouvé des jarres dès 6000 av J.C., qui attestent que les habitants de ce pays consommaient déjà la bière d'orge (Hébert, 2000 :16). Les Sumériens également en consommaient dès 4000 av J.C., comme en attestent les dessins, les textes et les grains issus de la fermentation qui ont été découverts dans le sud de l'Irak actuel (Idem :17). C'est au troisième millénaire que la brasserie arrive en Égypte ancienne. En Afrique Subsaharienne, les plus lointaines références à l'activité brassicole remontent à l'époque de l'empire du Ghana et nous sont rapportés par les Arabes. A ce propos, voici ce qu'en dit Joseph Cuoq :

> « Ils (en parlant des habitants de l'empire du Ghana) vénèrent leur roi et ils l'adorent à la place de Dieu, le Très-Haut. Ils racontent qu'il ne prend aucune nourriture. Mais sa nourriture, des gens à lui la lui portent en secret à sa demeure, personne ne sachant d'où ils la tirent. S'il arrive qu'un passant rencontre par hasard le chameau transportant les provisions (royales), il est tué sur le champ. Le roi boit avec ses intimes une

> boisson faite avec du sorgho et fortement apprêtée avec du miel… » (1985 :78).

Pendant des siècles, voire des millénaires, l'activité brassicole est restée artisanale, pratiquée exclusivement par les femmes, puisqu'elle était domestique, avant de gagner les monastères.
A partir du XIXe siècle, à la faveur de l'industrialisation, elle quitte progressivement les domiciles et les monastères pour gagner les usines. Très rapidement, son importance économique la place au cœur de la compétition entre les Etats européens. A ce propos, nous avons l'exemple de la compétition entre la France et l'Allemagne en matière d'industrie brassicole (Pasteur, 1928 :5).

En Afrique, l'introduction de la brasserie industrielle (exclusion faite de l'Afrique du Sud) est relativement tardive ; elle remonte à la période coloniale. En effet, au milieu du XXe siècle, alors que le colonialisme s'impose aux peuples du continent africain, les Européens procédèrent progressivement à l'installation de brasseries de style occidental, d'abord dans les pays anglophones comme au Nigéria (Akinyoade & *al.*, 2016 :682–683).

En Haute-Volta, l'histoire de la Brasserie reste étroitement liée à la colonisation. Georges Compaoré nous en fourni plus de détails :

> « Mise en place en 1955 à Bobo-Dioulasso, les Brasseries de Haute-Volta (Bravolta), d'abord un simple dépôt de boissons des Brasseries de Côte-d'Ivoire (Bracodi), mais exclusivement de la bière pour l'approvisionnement de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou, acquirent dans la

même année, une petite unité d'embouteillage de boissons gazeuses. Ce n'est qu'en 1957 que Bobo-Dioulasso commença à recevoir de la bière dans des conteneurs réfrigérés pour la mise en bouteille : la première chaîne d'embouteillage était née. En 1959, ce fut le tour de Ouagadougou. » (2007 :310).

Face au succès de la première brasserie, le groupe BGI (Brasseries et Glacières Internationales), avec l'accord des autorités voltaïques, met en place la seconde brasserie du pays en 1977, la Société Voltaïque des Brasseries (Sovobra). Celle-ci fut installée à Ouagadougou, contrairement à son prédécesseur qui était installé à Bobo-Dioulasso. Un projet de création de deux nouvelles brasseries à Koudougou a même été annulé au début des années 1980 ; il s'agit de la Brasserie du Soleil (Brasol) et de la Société Africaine de Brasserie (S.A.B.).

La décennie 90 marque un tournant majeur dans l'histoire du Burkina Faso. A la faveur de son adhésion au Programme d'Ajustement Structurel (PAS), le pays s'ouvre aux Multinationales. C'est dans ce cadre que le groupe français Castel, procède au rachat des deux sociétés brassicoles burkinabè, la Brakina et la Sobbra. En 1992, il fusionne les deux pour créer la société Brakina qui va exercer un monopole de fait sur le marché brassicole burkinabé pendant plus de dix ans, avant d'être brièvement concurrencée par une nouvelle société brassicole, la Brafaso, en 2004.

En effet, au début des années deux mille, Mohamed Sogli, homme d'affaire et entrepreneur burkinabé, entame un projet de construction de la première brasserie privée du

Burkina Faso. Mais ce n'est qu'en 2004 que la Brasserie du Faso (Brafaso) voit officiellement le jour. Le promoteur ambitionnait en faire un acteur majeur de l'industrie des boissons en Afrique de l'Ouest, ce qui avait suscité l'espoir d'un fleuron industriel national. Pourtant, en 2008, l'entreprise dut cesser ses activités, victime de litiges juridiques et de conflits de gouvernance. Après plusieurs années d'inactivité, l'État burkinabè récupère progressivement les actifs de l'entreprise afin de relancer cette unité industrielle stratégique en investissant plus de 17 milliards FCFA.

II. Les brasseries comme vecteurs de renforcement de l'identité nationale (1960-2023)

Pour comprendre le rôle de la brasserie dans le renforcement de l'identité nationale, il convient de revenir sur le conflit qui, durant la période coloniale, opposa les bières traditionnelles africaines à celles modernes européennes. Ce conflit ne relevait pas seulement de considérations économiques ou sanitaires, mais s'inscrivait dans une entreprise plus large de transformation des pratiques sociales et culturelles des populations africaines. En effet, les autorités coloniales et les acteurs européens ont longtemps déprécié les bières autochtones africaines, notamment en mettant en avant leur supposé manque d'hygiène et leur caractère rudimentaire (Jolly, 2004 : 9). Sous couvert de préoccupations sanitaires et d'ordre public, l'administration coloniale entreprit ainsi de combattre certaines formes de production et de commercialisation de ces boissons (Thioub, 1997 : 1117). Les bières traditionnelles furent notamment présentées comme responsables de

divers maux sociaux, parmi lesquels l'alcoolisme des travailleurs, les nuisances sonores et la recrudescence de la délinquance, particulièrement dans les espaces urbains (Geralin, 1953 : 192).

Cette politique affecta particulièrement les productrices et vendeuses de bière traditionnelle, communément appelées « dolotières », qui furent régulièrement surveillées, contrôlées, voire traquées par les forces de police coloniale et même post coloniale. Derrière le discours hygiéniste et sécuritaire se dessinait ainsi une volonté de réglementer les pratiques de consommation et, plus largement, de remodeler les habitudes sociales des populations colonisées. L'introduction et la promotion de la bière industrielle européenne participaient de cette dynamique : il s'agissait progressivement de substituer à une boisson produite selon des savoir-faire locaux, une bière fabriquée selon des procédés industriels et répondant aux normes, aux goûts et aux représentations valorisés par le système colonial.

Toutefois, l'implantation des brasseries industrielles en Afrique ne s'est pas limitée à la diffusion d'un produit importé ou fabriqué localement. Elle s'est également accompagnée d'un processus d'appropriation symbolique qui allait, paradoxalement, permettre à ces boissons de s'inscrire dans les imaginaires nationaux. En effet, pour favoriser leur adoption par les consommateurs africains, les brasseries industrielles ont progressivement privilégié des dénominations et des stratégies de communication faisant référence aux territoires, aux populations et, plus tard, aux identités nationales. Les appellations telles que Brakina et

Sobbra au Burkina Faso, Braccodi en Côte d'Ivoire, Brasco et Bralico en République démocratique du Congo, Bralirwa au Rwanda ou encore Seybrew aux Seychelles témoignent de cette volonté d'ancrer symboliquement le produit industriel dans son espace de consommation.

Le recours à ces références nationales ou territoriales produit un effet particulièrement intéressant. Alors que la bière industrielle avait initialement été introduite dans un contexte de domination et de transformation des pratiques locales, elle finit progressivement par être associée au territoire et à ceux qui l'habitent. La bière n'est donc plus simplement perçue comme une marchandise produite par une entreprise ; elle devient un produit « du pays », susceptible d'être consommé comme une manifestation d'appartenance à une communauté nationale. La marque fonctionne alors comme un médiateur entre le produit et le consommateur : elle établit une proximité symbolique qui transforme progressivement l'acte de consommation en une expérience pouvant être associée à l'identité collective.

Cette dynamique est d'autant plus efficace que les brasseries ne se limitent pas au choix des noms. Elles mobilisent également différents signes et représentations associés à la nation : couleurs du drapeau, armoiries, emblèmes nationaux, figures historiques, héros nationaux, paysages, monuments, expressions populaires ou encore références à des événements majeurs de la vie collective. À l'occasion des fêtes nationales, des manifestations culturelles, des compétitions sportives ou d'autres événements d'envergure, ces éléments peuvent être intégrés

aux étiquettes, aux emballages et aux campagnes publicitaires. La bouteille de bière devient ainsi un support matériel de représentation de la nation. Par sa circulation dans les espaces publics et privés, dans les débits de boissons, lors des cérémonies et dans les rencontres sociales, elle contribue à rendre familiers certains symboles et certaines images de la communauté nationale.

Le cas du Burkina Faso permet d'illustrer particulièrement bien ce phénomène. L'histoire des deux principales brasseries du pays, la Brakina et la Sobbra, anciennement Bravolta et Sovobra, est intimement liée à l'histoire politique et économique du pays. Pendant plusieurs décennies, une grande partie des consommateurs burkinabè a été socialisée à la consommation de bière à travers ces deux marques. Cette présence durable dans les habitudes de consommation leur a conféré une forte dimension symbolique : au-delà de leur statut de produits commerciaux, elles sont devenues des éléments familiers de l'environnement social et culturel burkinabè.

Le changement d'appellation de ces boissons, consécutif au changement du nom du pays en 1984, constitue, à cet égard, un moment particulièrement significatif. Le passage de la Haute-Volta au Burkina Faso, dans le contexte de la Révolution conduite sous Thomas Sankara, ne fut pas un simple changement administratif. Il s'accompagna d'une profonde volonté de redéfinition de l'identité nationale, de promotion d'une conscience patriotique et de valorisation de références propres au pays. Le changement de dénomination de certaines marques de bière s'inscrivit ainsi dans une

période au cours de laquelle les symboles, les noms et les pratiques étaient fortement investis d'une dimension politique et identitaire. Le passage de Bravolta à Brakina et de Sovobra à Sobbra peut, dans cette perspective, être considéré comme participant au processus plus général d'appropriation et de réaffirmation de l'identité burkinabè.

La proximité phonétique et symbolique entre « Brakina » et « Burkina » renforce particulièrement cette association. Le nom de la marque établit une correspondance immédiate entre le produit et le pays, de sorte que la bière apparaît non seulement comme une production réalisée sur le territoire national, mais comme un produit pouvant être identifié au territoire lui-même. Cette identification est d'autant plus forte que le changement de nom intervient dans un contexte de ferveur patriotique et révolutionnaire, marqué par une volonté de rupture avec certaines références héritées de la période coloniale et par la construction de nouveaux symboles nationaux. La marque devient alors, volontairement ou non, partie prenante de cette nouvelle mise en récit du Burkina Faso.

Au fil du temps, cette association entre bière, territoire et identité s'est consolidée dans les pratiques et les discours ordinaires. Dans les débits de boissons, dans les conversations quotidiennes ou lors des manifestations collectives, il n'est ainsi pas rare d'entendre des expressions telles que : « Au Burkina, la bière, c'est Brakina ! ». Une telle formule, au-delà de son caractère publicitaire ou humoristique, est révélatrice de la manière dont une marque commerciale peut être intégrée au langage de l'appartenance

nationale. Elle transforme un produit marchand en marqueur identitaire : consommer Brakina, c'est, dans certains contextes et selon certaines représentations, consommer « burkinabè ».

Cette situation met en évidence un paradoxe historique particulièrement intéressant. La bière industrielle, initialement introduite dans les colonies dans le cadre d'un processus de marginalisation des boissons traditionnelles et de transformation des habitudes africaines, a progressivement fait l'objet d'une appropriation locale et nationale. Un produit qui pouvait autrefois apparaître comme un instrument de domination culturelle est ainsi devenu, dans certains contextes, un support de représentation et de célébration de l'identité nationale. La brasserie se situe donc à l'intersection de deux dynamiques : d'une part, une dynamique économique fondée sur la production et la commercialisation d'une marchandise ; d'autre part, une dynamique culturelle et symbolique à travers laquelle cette marchandise est investie de significations liées au territoire, à la mémoire collective et au sentiment d'appartenance.

III. Brasserie et bière dans le renouveau patriotique économique (2023-2025)

Le Burkina Faso est historiquement un pays de consommation de bière. Le pays en est d'ailleurs classé au deuxième rang en Afrique de l'Ouest, après la Côte d'Ivoire. Si jusqu'en 2023, la consommation restait cantonnée dans le domaine des loisirs ; à la faveur des discours souverainistes lancés

par les nouvelles autorités, celle-ci a progressivement glissé vers le terrain politique ; de sorte qu'acheter une bière devient, pour beaucoup de consommateurs, une participation à la réalisation d'un projet national. La consommation de la bière devient alors de plus en plus engagée, telle que le soulignait Micheletti Michele :

> « Le marché n'est plus seulement le lieu où s'effectue l'échange marchand : il devient une arène de participation politique. Acheter, ne pas acheter, choisir un label ou privilégier une entreprise peuvent donc constituer des formes d'action politique. » (2003 :2).

Cette dynamique est née de la nouvelle politique du gouvernement burkinabé qui a fait de la consommation des produits locaux un élément explicite de l'engagement patriotique. Parmi les produits concernés par cette mouvance, figure la bière. La formule est toute simple : **«** Et si boire une bière pouvait contribuer à rendre mon pays plus souverain ? **»** Dans cette option, bon nombre de ceux qui cultivaient un certain tabou dans la consommation de la bière, trouvent ici un exutoire, celui de boire pour développer son pays. A ce propos, Béranger Kabré a rapporté les propos d'un client de bar qui disait ceci :

> « Je buvais trois bouteilles par jour. Au nom de la patrie, j'en consomme cinq maintenant. C'est ma modeste contribution à l'effort de guerre, du moment où je n'ai pas une grosse enveloppe à remettre aux autorités. Il faut qu'on sorte de cette tragédie qu'est le terrorisme qui nous a tant endeuillés » (2023 :6).

Pour mieux appréhender la portée de ce mouvement, il faut l'analyser sous deux angles principalement : les prélèvements fiscaux sur les boissons en général et les bières en particulier, et l'ouverture de la première brasserie typiquement nationale, la SN-Brafaso.

Dans le premier cas, il faut noter qu'ordinairement, il existe au Burkina Faso une taxe sur les boissons, la TSB, qui est un impôt indirect prévu par le Code général des impôts (CGI) du Burkina Faso (Articles 354 à 361 du Code général des impôts). Elle est perçue au profit du budget de l'État et s'applique à la fabrication locale ainsi qu'à l'importation de boissons destinées à la consommation. A titre d'exemple, les services des impôts font état, en ce qui concerne le paiement de cette taxe, d'un montant de 43 754205 680 F CFA de prélèvements (Extrait des archives de la Direction Générale des Impôts). Même si les publications officielles ne détaillent pas la part spécifique de la bière, on sait, et cela est attesté par de nombreux tenanciers de débits de boissons et des professionnels des brasseries, que cette dernière occupe largement la première place. La bière est donc l'une des principales boissons concernées par cette Taxe. Par exemple, les bières de moins de 8° d'alcool sont taxées à 30 %, et celles de 8° et plus sont à 40 % (MEF, 2001 :3).

En février 2023, le gouvernement burkinabé a mis en place une taxe spéciale sur les boissons pour soutenir l'effort de guerre dans le cadre du Fonds de Soutien Patriotique (FSP). Dès la mise en œuvre de cette mesure, la Société de Distribution de Boissons (SODIBO), affiliée à la Brakina,

annonçait une hausse de 100 FCFA par bouteille de boisson alcoolisée. En général, les hausses des prix des produits s'accompagnent souvent d'une diminution de la consommation. Or, pour le cas de la bière, c'est précisément le contraire qui s'est produit. On a plutôt assisté, comme le soulignent de nombreux acteurs de l'industrie brassicole, à l'effet contraire. En effet, depuis 2025, on a assisté à une récurrence des ruptures de bières sur toute l'étendue du territoire. A ce sujet, les brasseries ont assuré que leurs productions brassicoles n'ont pas diminué, et que c'est plutôt la consommation de bière qui a augmenté. Dans le cadre de cette taxe spéciale, les prélèvements en 2025 se sont élevés à 49 425 486 473 F CFA, selon les informations fournies par les services des impôts. Pour nous faire une idée réelle de la situation, nous avons mené des enquêtes sur le terrain, notamment auprès des tenanciers de bars ; il ressort des témoignages de ces derniers que sur dix boissons consommées dans les bars, neuf (09) sont des bières et une (01) seule est une autre boisson (sucrerie ou eau minérale).

Dans cette analyse de la consommation des bières dans la dynamique d'appui au FSP, deux dimensions méritent d'être soulignées. D'abord, la dimension financière et contributive. La fiscalité appliquée aux boissons alcoolisées en général et à la bière particulièrement, constitue une ressource directe pour l'État. Les taxes prélevées alimentent le financement des Volontaires pour la Défense de la Patrie (VDP) et l'acquisition d'équipements militaires. Ainsi, chaque bouteille vendue devient une forme de participation citoyenne à l'effort de guerre. Ce mécanisme, en apparence banal, assure une manne régulière et stable dans un contexte où la

mobilisation de fonds rapides est vitale pour soutenir la lutte contre le terrorisme. Ensuite, il y a la dimension politique et souveraine. Dans ce deuxième cas, l'idée est simple : l'argent dépensé pour un produit local contribue davantage à faire vivre les acteurs de l'économie nationale. Pour le cas de la bière, les acteurs directs sont les agriculteurs, les cavistes, les tenanciers et les employés de débits de boissons, les employés des entreprises brassicoles, les transporteurs, … Cette orientation s'inscrit dans la recherche de souveraineté alimentaire et d'indépendance économique. D'ailleurs, en mars 2026, les autorités ont placé les Journées Nationales d'Engagement Patriotique (JNEP) sous le thème suivant : « Souveraineté alimentaire et patriotisme économique : ensemble, cultivons notre dignité par la production et la consommation locales ».

II.2 Rouvrir la SN-Brafaso pour affirmer la souveraineté économique du Burkina Faso

Le mardi 25 novembre 2025, dans la commune de Komsilga, le Président du Faso a procédé à l'inauguration officielle de la Société nouvelle Brasserie du Faso (SN-BRAFASO). Cet événement, présenté par les autorités comme une étape importante dans la « marche radieuse » du pays vers sa souveraineté économique, intervient dans un contexte national marqué par la volonté de renforcer la production locale, de réduire les dépendances extérieures et de réhabiliter les entreprises considérées comme stratégiques pour l'économie nationale (Somda, 2025 : 16). Dans son intervention, le Président du Faso a ainsi inscrit la renaissance de cette brasserie dans une dynamique plus large de reconquête de l'autonomie économique. Le ministre

du Commerce, Serge Poda, s'est également inscrit dans cette lecture en considérant la réouverture de la SN-Brafaso comme la manifestation concrète d'une volonté de rompre avec certaines formes de dépendance économique. Au-delà de la dimension symbolique et politique de ces déclarations, la renaissance de la SN-Brafaso mérite d'être replacée dans l'histoire du secteur brassicole industriel burkinabè. En effet, ce secteur s'est historiquement développé dans un environnement fortement dépendant des approvisionnements extérieurs. Georges Compaoré rappelle ainsi « qu'en 1964 apparaît la première bière voltaïque sous le sigle « Bravolta », mais que, hormis le sucre fourni par la Société nationale-Société sucrière de la Comoé (SN-Sosuco) pour les boissons sucrées, les matières premières utilisées dans la fabrication des bières provenaient essentiellement d'Europe ou du Moyen-Orient) (2007 : 353). En rappel, l'industrie brassicole burkinabé est dominée par le groupe Castel à travers la Brakina, qui elle-même est issue de la fusion des anciennes Brakina et Sobbra. Traditionnellement, ces deux brasseries produisaient leurs bières exclusivement à partir du malt d'orge ; or, l'orge n'étant pas produite au Burkina Faso en raison des contraintes agro climatiques, son utilisation ne contribuait qu'à maintenir une dépendance du pays vis-à-vis des marchés extérieurs. Dans cette perspective, l'introduction de l'utilisation de céréales produites localement, notamment le sorgho et le maïs, constitue l'atout majeur de cette nouvelle brasserie. Sa réouverture à partir de capitaux publics et utilisant principalement des céréales locales pour la production de ses bières, apparait ainsi comme une sorte de recomposition du marché brassicole national et comme une volonté de l'État de

retrouver une capacité d'intervention directe dans une activité industrielle jusque-là largement structurée autour d'intérêts privés et de capitaux extérieurs.

La souveraineté brassicole qu'offre la SN-Brafaso peut dès lors être appréhendée à trois niveaux essentiellement. Le premier niveau concerne la souveraineté dans l'approvisionnement : en effet, la brasserie utilise des céréales locales, dans des conditions de qualité, de prix et de régularité compatibles avec les exigences industrielles (Palé, 2012 : 16). Le deuxième niveau concerne la souveraineté industrielle : la brasserie dispose des technologies et des compétences nécessaires pour transformer ces céréales en matières premières brassicoles puis en bières. Le troisième niveau relève de la souveraineté économique proprement dite : en effet, une part substantielle de la valeur créée bénéficie aux producteurs agricoles nationaux, aux travailleurs de l'usine, et surtout aux finances publiques. Dans ce dernier cas, il convient de souligner que dans un contexte marqué par la crise sécuritaire et par la mobilisation de ressources importantes en faveur de la défense nationale, la réouverture de la SN-Brafaso apparait comme un moyen de renforcer la capacité de financement de l'État et de soutenir l'effort national. Les recettes fiscales, les dividendes éventuels et les effets indirects de cette activité brassicole industrielle participent à l'élargissement des ressources disponibles pour les politiques publiques. Dès lors, la Brafaso et la Brafor, qui sont les deux marques de bières produites par l'usine, peuvent être appréhendées comme des produits porteurs d'une double valeur : à la valeur marchande s'ajoute

une valeur symbolique liée à leur inscription dans le projet de « produire et consommer burkinabè ».

Conclusion

Au terme de cette analyse, la question de la souveraineté africaine apparaît comme une réalité qui ne se limite ni à l'autonomie politique des États, ni à la maîtrise de leurs ressources stratégiques. Elle se construit également dans les espaces ordinaires de la production, de la circulation et de la consommation. À cet égard, l'industrie brassicole constitue un observatoire particulièrement fécond pour appréhender les rapports entre État, économie, fiscalité, entreprises et société. L'histoire des brasseries et de la bière au Burkina Faso montre ainsi que ce secteur participe à la construction de la souveraineté économique tout en révélant les dépendances qui peuvent en limiter la portée.

La production et la commercialisation de la bière sur le territoire national contribuent en effet à la création de valeur, à la mobilisation de recettes fiscales, à la création d'emplois et à l'animation de plusieurs activités connexes. La fiscalité appliquée aux boissons constitue, dans cette perspective, une source de ressources pour les finances publiques. Dans un contexte marqué par les défis sécuritaires et la nécessité de renforcer la résilience de l'État, cette dimension fiscale acquiert une signification particulière. Sans établir une relation mécanique entre la consommation de bière et le financement des dépenses de défense et de sécurité, il convient de souligner que les recettes fiscales issues de ce secteur participent plus

largement à la mobilisation des ressources publiques nécessaires au fonctionnement de l'État et à la mise en œuvre de ses politiques.

Cette dimension économique se double d'une dimension symbolique et sociale. Les observations réalisées dans les débits de boissons montrent que la fiscalité peut désormais être investie d'un sens patriotique par les consommateurs eux-mêmes. L'expression entendue lors de notre enquête, « Je bois la bière pour soutenir mon pays ! », apparaît ainsi moins comme une simple boutade que comme l'expression ordinaire d'une nouvelle manière de penser le rapport entre consommation, fiscalité et engagement national. Elle traduit l'appropriation, par certains citoyens, du discours public sur la contribution individuelle à l'effort collectif et à la résilience nationale. D'autre part, la remise sur pied de la SN-Brafaso, s'inscrivant dans une stratégie plus globale de relance des entreprises nationales et de reconstruction des capacités productives du Burkina Faso, participe à une stratégie plus large de réduction de la dépendance économique extérieure du pays. La véritable portée de cette renaissance réside donc moins dans le simple retour d'une marque nationale sur le marché que dans la capacité de la brasserie à générer une valeur ajoutée durablement ancrée dans l'économie burkinabè, à stimuler les filières locales et à renforcer les capacités productives nationales. À cette condition, la SN-Brafaso pourrait effectivement constituer un instrument de souveraineté économique, non pas seulement au niveau du discours politique, mais dans les structures concrètes de production, d'échange et de redistribution de la richesse

En fin de compte, l'étude des brasseries et de la bière au Burkina Faso révèle une forme de souveraineté économique à la fois réelle, progressive et inachevée. Elle est réelle par les capacités productives, fiscales et sociales générées sur le territoire ; progressive par les efforts visant à renforcer la transformation et la valorisation locales ; mais inachevée en raison des dépendances qui subsistent dans certaines composantes de la chaîne de valeur. En définitive, la brasserie, et plus encore la bière, constitue un objet particulièrement révélateur des transformations contemporaines de la souveraineté : derrière un acte de consommation apparemment banal se jouent des enjeux de fiscalité, de production nationale, d'identité et de rapport à l'État. C'est précisément dans cette articulation entre pratiques quotidiennes et enjeux macroéconomiques que réside tout l'intérêt de ce travail.

Bibliographie

AKINYOADE Akinyinka, **OGBUAGU** Ekumankama **et CHIBUIKE Uche,** 2016, "The use of local raw materials in beer brewing : Heineken in Nigeria, in *Journal of the Institute of Brewing*, vol. 122, no. 4, pp. 682–692

BADIE Bertrand, 1995, *La fin des territoires. Essai sur le désordre international et l'utilité sociale du respect*, Fayard, Paris

BIREMA Ousmanou Nwatchock, 2017, *Le principe de souveraineté à l'ère de l'Union Africaine (UA) : Mutations théoriques et résistances pratiques*, Université Jean Moulin Lyon3, Institut International pour la Francophonie

BODIN Jean, 1993, *Les six livres de la République. Un abrégé du texte de l'édition de Paris de 1583*, Librairie Générale Française, n° 4619, Paris

COMPAORE Georges, 2007, *Les industries au Burkina Faso : naissance, évolution et structuration de l'espace national*, Thèse de doctorat unique, Université de Lomé, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département de Géographie, Tome 1

CUOQ Joseph, 1985, *Recueil des sources arabes concernant l'Afrique occidentale du XVIIIe au XVIe siècle (Bilad Al-Sudan)*, Centre National de la Recherche Scientifique, Paris

DE LEMPS Alain Huet, 2001, *Boissons et civilisations en Afrique*, Grappes et Millésimes, Presses Universitaires de Bordeaux

DOMERGUE Danièle, 1985, « Histoire d'une entreprise industrielle privée en Afrique de l'Ouest : la Société des brasseries de la Côte d'Ivoire (Bracodi) 1949-1970 », in *Annales de l'Université d'Abidjan*, Série 1 : Histoire, Vol. 13, pp. 159-181

DUBUISSON-QUELLIER Sophie, *La consommation engagée*, Presses de Science Po, 2018, Paris

GERALIN Henri, 1953, « Le problème de l'alcoolisme dans les territoires d'outre-mer », in *Population*, Paris, pp.291-310

HEBERT Jean-Paul et GRIFFON Dany, (2012), *Des bières et des Hommes*, Editions Quae, 844 p, Paris

KABRE Béranger, 2023, « Taxes sur les boissons : Gérants de maquis et consommateurs à cœur ouvert » in *L'Economiste du Faso*, n°480

KRASNER Stephen, 1999, *Sovereignty : Organised Hypocrisy*, Princeton University Press, Princeton

LABAZEE Pascal, 1988, *Entreprises et entrepreneurs du Burkina Faso*, Editions Karthala, Paris

LYNCH Patrick et VAIZEY John, 1960, "*Guinness's Brewery the Irish economy*", in *Revue économique*, volume 13,

MARCHAL Jean Yves., 1982, « Brève histoire du développement économique de la Haute-Volta », in *Economie et humanisme*, Paris, ORSTOM, pp.23-29

MICHELETTI Michele, 2003, *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action*, Palgrave Macmillan, New York

MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES, (2001), *Etudes des Implications macroéconomiques de la fiscalité des entreprises sur l'offre globale au Burkina Faso*, Rapport final, vol.1, ICEF, p.3

N'KRUMAH Kwame, 1965, *Neo-Colonialism: The Last Stage of Imperialism*, International Publishers, New York

OUATTARA Fatouma Sophie, 2006, « Où est le patriotisme économique des Burkinabé ? » in *SIDWAYA* n°5702,

PALE Siébou, 2012, *Quantitative and qualitative studies on grain sorghum for traditional beer (dolo) production in Burkina Faso*, Thèse de doctorat en agronomie, University of KwaZulu-Natal

PASTEUR Louis, 1928, « Etudes sur la bière », in *Œuvres de Pasteur*, réunies par Pasteur Valéry-Radot, Masson et Cie, Tome 5, Paris

SOMDA Ambéternifa Crépin, 2025, « Réouverture BRAFASO : L'Etat tient sa promesse » in *L'Economique du Faso*, n°601

THIOUB Ihioub, 1997, *L'administration coloniale et la lutte contre l'alcoolisme en AOF*, Sénégal, Université Cheikh Anta Diop, Département d'Histoire, pp.1109-1127.

VARLET Jean-Pierre, 2022, *Dictionnaire original de la bière*, Vérone éditions, Paris

ZONGO Pegdwendé Fulbert, 2023, *Valorisation d'un produit agricole : l'exemple de la production et la vente de la bière de sorgho au Burkina Faso, du début de la colonisation à la fin des années quatre-vingt-dix*, Thèse de doctorat unique en histoire africaine, Université Joseph Ki-Zerbo, Ouagadougou