vinetur

# Diageo va fermer la brasserie Guinness de Baltimore après sept ans

Ouvert en 2018, le site de 90 millions de dollars était la première brasserie Guinness aux États-Unis depuis 1954. Diageo va le fermer dans le cadre de son plan d’économies.

lundi 5 octobre 2026



Diageo a annoncé lundi la fermeture de la Guinness Open Gate Brewery de Baltimore, mettant fin aux activités d’un site qui avait marqué le retour du brasseur irlandais à la production aux États-Unis après plus de six décennies.

L’entreprise a indiqué que la brasserie accueillerait le public pour la dernière fois le 1er novembre et que ses activités cesseraient progressivement d’ici à la fin de l’année. Situé à Halethorpe, juste à l’extérieur de Baltimore, l’établissement a ouvert en 2018 après un investissement de 90 millions de dollars. À l’époque, Diageo le présentait comme une brasserie expérimentale où Guinness pourrait tester des bières en petites séries et d’autres innovations susceptibles d’être développées par la suite.

Cette fermeture intervient alors que Diageo déploie un plan d’économies de 1 milliard de dollars dans l’ensemble de ses activités mondiales. Cet effort a notamment entraîné la suppression de plus de 2 000 emplois et une restructuration plus large destinée à réduire les coûts et à renforcer la compétitivité, dans un contexte de ralentissement de la consommation d’alcool et de dépenses des consommateurs toujours sous pression sur de nombreux marchés.

Dans un communiqué, un porte-parole de Diageo a déclaré que Guinness restait l’une des marques les plus importantes du groupe, qui demeure déterminé à investir dans sa croissance à long terme. Il a précisé que la décision de fermer la brasserie de Baltimore n’avait pas été prise à la légère et l’a justifiée par l’évolution des comportements des consommateurs et les pressions économiques, qui rendaient difficile le maintien du site.

« Même si notre brasserie de Baltimore va fermer, notre engagement à faire découvrir Guinness aux consommateurs du monde entier reste aussi fort que jamais », a déclaré le porte-parole.

Le site de Baltimore avait une valeur symbolique pour Guinness. À son ouverture en 2018, il était la première brasserie de la marque aux États-Unis depuis 1954. Il avait vu le jour à une époque où les grands groupes brassicoles cherchaient à tirer parti de l’essor des bières artisanales en ouvrant des brasseries-destinations, des bars de dégustation et des sites expérimentaux destinés à attirer les touristes et à tester de nouveaux produits.

Diageo exploite toujours une autre brasserie Guinness aux États-Unis, à Chicago, ouverte en 2023. L’entreprise n’a annoncé aucun changement concernant cette activité. Elle a plutôt indiqué que les économies réalisées dans le cadre de son

programme général de réduction des coûts seraient réinvesties dans des « marques pertinentes sur des catégories concurrentielles », dont Guinness.

La décision de fermer la brasserie de Baltimore intervient alors que les résultats de Diageo dans le secteur de la bière sont contrastés. L'entreprise a indiqué que Guinness avait enregistré une croissance organique de 4 % pour son portefeuille de bières, signe de la vigueur persistante de la marque malgré une demande plus faible dans d'autres segments de l'activité. Cette dynamique n'a toutefois pas protégé le groupe des pressions plus générales. Diageo a annoncé un recul de 8,4 % de ses ventes en Amérique du Nord pour l'exercice 2026, faisant de la région un axe central de ses efforts de restructuration.

Cette tension permet de comprendre pourquoi l'entreprise supprime un actif physique lié à Guinness tout en promettant de continuer à investir dans la marque. Pour les grands groupes de boissons, la question n'est pas seulement de savoir si une marque progresse, mais aussi si chaque brasserie, centre d'accueil des visiteurs et site d'innovation génère un rendement suffisant, dans un marché où le coût de l'emprunt, les dépenses de main-d'œuvre et l'évolution des habitudes de consommation ont changé l'économie de l'expansion.

La fermeture de Baltimore a aussi des répercussions au-delà de Guinness. Dans l'ensemble du secteur des boissons, les brasseurs, producteurs de vin et groupes de spiritueux font face à des consommateurs plus prudents, à une fréquentation inégale des établissements de restauration et à un examen plus attentif des dépenses d'investissement. Les entreprises peuvent ainsi être amenées à réévaluer des projets qui semblaient autrefois stratégiques, notamment les brasseries dépendantes du tourisme, des ventes sur place ou d'une production expérimentale plutôt que d'une production à grande échelle. À cet égard, la décision de Diageo peut être interprétée comme un nouveau signe que les producteurs de boissons sélectionnent plus rigoureusement leurs investissements, même lorsque la marque concernée reste importante.

Pour le Maryland, cette fermeture signifie la disparition d’une brasserie de premier plan, qui faisait désormais partie de l’économie touristique et de la scène brassicole de la région. La Guinness Open Gate Brewery and Barrel House attirait habitants et touristes grâce à son bar de dégustation, à ses événements et à ses bières en petites séries, différentes des produits Guinness vendus plus largement en magasin. Diageo n’a pas communiqué lundi le nombre d’employés concernés sur le site, mais l’entreprise a indiqué qu’elle accompagnerait les salariés et la communauté environnante pendant la transition.

La brasserie avait ouvert à une période d’optimisme pour les bières artisanales et de spécialité aux États-Unis, alors que l’intérêt des consommateurs pour la production locale, les visites de brasseries et les éditions limitées était fort. Depuis, le marché a évolué. La croissance des bières artisanales a ralenti, la concurrence des spiritueux et des boissons prêtes à boire s’est intensifiée et, dans bien des cas, les jeunes consommateurs boivent moins d’alcool ou dépensent avec davantage de discernement. Ces évolutions pèsent à la fois sur les petits brasseurs et sur les groupes mondiaux dotés de portefeuilles de bières haut de gamme.

Diageo est sous pression pour montrer qu’il peut protéger ses marges et améliorer son exécution en Amérique du Nord, après des résultats plus faibles dans la région. La fermeture de la brasserie de Baltimore est l’un des signes les plus clairs à ce jour de l’ampleur des changements que le groupe est prêt à apporter à son réseau. Les déclarations de Diageo laissent toutefois entendre qu’il ne considère pas cette décision comme un retrait de Guinness aux États-Unis, mais comme une composante d’un effort plus large visant à orienter les ressources vers les activités dont il attend une croissance plus forte à long terme.