

*Il ne faut pas boire pour oublier,
Mais déguster pour se souvenir.*



C.O.T.W.E. FRANCE - Branche de Franche-Comté

Quelques nouvelles du Whisky

N° 17 – 8 janvier 2018

- *Whisky : la French Touch.*
- *Après le fût, la bouteille et le sample, voici le pouch !*
- *L'interview de Thierry Benitah.*
- *Ecosse : 10 nouvelles distilleries en 2018.*

Whisky : La French touch

Dans son dernier numéro trimestriel, Whisky Magazine lui consacre un dossier de 13 pages en titrant sur le mode interrogatif : « *Whisky français : le début d'une grande aventure ?* ». Question immédiatement suivie d'une réponse : « *Cette fois, ça y est. Après plusieurs faux départs, le whisky français a décollé sur la rampe de lancement. Et semble vouloir refaire son retard à toute vapeur. Enquête sur un phénomène qu'on n'osait plus espérer, et qu'on ne pourra plus arrêter* ».



La distillerie Warenghem, pionnière en France, et le triple cask D.U.C. produit par la Maison Dalcourt.

On comprend l'enthousiasme du rédacteur, qui en l'occurrence est une rédactrice puisqu'il s'agit de **Christine Lambert** - *souvent citée dans nos Q.N.D.W.* - dont nous apprécions le talent et l'humour. Mais avant d'aller plus loin, ramenons les choses à leurs justes proportions :

L'ensemble de l'industrie du whisky française a vendu **800 000 bouteilles de whisky en 2016**, pendant que celle de l'Ecosse en commercialisait ... **plus d'un milliard**.

L'écart se réduit lorsqu'on observe les productions. Le n°1 du whisky en France, le breton **Armorik**, a produit **120 000 bouteilles en 2016**. Impressionnant, sauf que **c'est ce qu'a produit Glenlivet en 4 jours ½ (!)**. Osons encore un brin d'ironie en faisant la comparaison avec les distilleries **Kilchoman** ou **Benromach**, considérées comme des naines en Ecosse avec respectivement **200 000** et **250 000 bouteilles**. No comment.

Alors soit, ne faisons pas la fine bouche. Mais pour « *refaire son retard à toute vapeur* », il va falloir faire chauffer les alambics, même s'il est vrai que le mouvement s'accélère :

- 100 000 bouteilles vendues en 2000,
- 215 000 bouteilles vendues en 2010,
- 800 000 bouteilles vendues en 2016.

et si la **qualité des whiskies s'est sensiblement améliorée : 75% des ventes en single malt** aujourd'hui.

D'autres signes sont perceptibles, qui témoignent des progrès de notre benjamine :

- l'augmentation du nombre de distilleries : *20 en 2010, 52 en 2017, 75 prévues en 2020.*
- leur dispersion sur le territoire : *Bretagne, Alsace, Nord, Corse, Centre, Jura, Rhône-Alpes, Occitanie, ...*
- la structuration de la profession autour d'une *Fédération du Whisky de France* <http://whiskydefrance.fr/>, et l'entrée de nouveaux acteurs : brasseurs, vigneron, ...

« *En France, nous possédons le savoir-faire, le matériel et un marché énorme* » dit **Philippe Jugé**, ex rédacteur en chef de Whisky Magazine. Certes, mais le whisky français reste encore essentiellement concentré sur un marché local : 60% des ventes de single malt d'Armorik et 90% de ses blend se vendent en Bretagne, 90% de la gamme P & M de *Mavéla* s'écoulent en Corse. Et la proximité ne se traduit pas en avantage tarifaire.

Osons un pari : quand les whiskies français se vendront partout dans l'hexagone, qu'ils commenceront à s'exporter et que des grands groupes y auront investi, alors là, oui, le french whisky aura décollé. Pour l'heure, n'y-a-t-il pas un peu de chauvinisme à le considérer pour ce qu'il n'est pas ? Ou pas encore ?

Après le fût, la bouteille et le sample, voici le « pouch » !

On en a déjà vu des manières différentes de stocker et de transporter le whisky, mais là, enfin là-bas, un bar londonien fait dans l'inédit. Du moins en Europe, car en Inde le « *soi-disant whisky* » se vend aussi en briques Tetrapack (!). Cette fois, pas de verre, pas de bois, juste du film plastique sous vide et opaque. Ça s'appelle un pouch, et vos enfants ou petits-enfants boivent probablement déjà des jus de fruits conditionnés là-dedans.



C'est un bar londonien, le **Black Rock Bar**, qui a lancé cette nouvelle façon de transporter et entreposer le whisky. Il faut dire que le contenant a les qualités requises pour recueillir notre nectar sacré. Premièrement, il est opaque. Car n'oublions pas que la lumière du soleil est l'un des pires ennemis du whisky. Ensuite, il est hermétique à l'air, ce qui fera que votre whisky ne s'oxydera pas outre mesure en restant à l'intérieur.

Voilà donc un concurrent direct pour les *samples* et autres *mignonnettes*, *wits* ou *tubes* disponibles aujourd'hui sur le marché en **3, 5 ou 20 cl**. Car on voit mal un *pouch* se gonfler les pectoraux d'une capacité de **70 cl** équivalente à nos bouteilles classiques. Classiques, car nous connaissons d'autres formats. Principalement **le litre**, utilisé pour quelques single malts et souvent disponibles dans les boutiques des aéroports. Ou encore les **37.5 et 50 cl**, surtout commercialisés en Grande-Bretagne où, paradoxalement, le niveau élevé des taxes sur les alcools incite à consommer moins.

Plus marginaux, il y a les **magnums (1.5 litre)** essentiellement dédiés aux blends les plus courants, qu'on trouve notamment à Andorre ou en Espagne frontalière. Il y a même des **jeroboam (3 litres)** dans lesquels vous chercherez en vain un **Macallan 20 ans**. Et ce n'est qu'un exemple.

Puisque nous y sommes, rappelons aussi ce qu'utilisent les professionnels du secteur : les tonneaux, barriques et autres fûts. Pas moins de **14 formats différents** sont à leur disposition. Mais une large majorité se concentre autour des 4 suivants : le *Bourbon Barrel* (180 litres), le *Hogshead* (capacité variable mais plus couramment 238 litres), le *Puncheon* (capacité variable mais plus couramment 304 litres) et le *Sherry Butt* (480 litres). Mieux vaut d'ailleurs parler en litres qu'en gallons, car selon le cas on utilisera le gallon US qui fait 3.79 litres ou le gallon GB qui fait 4.55 litres. De quoi se mélanger les pinceaux !

Ce tour d'horizon d'opportunité achevé, revenons quelques instants sur ce fameux pouch pour convenir qu'il a l'avantage d'être pratique en termes de transport. Plus de bouteilles cassées, de samples vidés à même l'enveloppe, et de déception ... pour les audacieux qui achètent en ligne.

S'il n'est pas le plus glamour, le petit pouch a donc d'autres atouts. Nous verrons bien ce qui ressort de cette expérience menée en « *Perfide Albion* » d'ici quelques temps. Et si les Scottish embrayent.

Certains diront ... en conclusion : qu'importe le contenant pourvu qu'on ait le plaisir ! Pas sûr, car cette fois le contenant ne sert plus à transporter ou à stocker, mais à déguster. Et là, s'il faut vider un pouch, mieux vaut éviter le contact buccal direct et ne pas se tromper parmi tous les verres entreposés dans votre bar.

L'interview de Thierry Benitah

Thierry est le fils de Georges Benitah, fondateur de la Maison du Whisky à Paris dont il est aujourd'hui le P.D.G. Egalement organisateur chaque année du salon « Whisky live », il est considéré comme le meilleur spécialiste français du whisky, et pas seulement en France. Au point que même les écossais viennent l'interviewer chez lui. Ci-dessous quelques extraits traduits avec les moyens du bord par un « pas tout à fait anglophone ».



Lorsque Georges Benitah a fondé *La Maison* en 1956, la France n'avait pas encore attrapé le virus du whisky. « *L'intérêt a commencé à augmenter au début des années 60* », explique Thierry. « *Le marché de l'époque était minuscule. Je suis allé aux U.S.A. pour terminer mes études. C'est à ce moment-là que j'ai commencé à penser à La Maison* ».

Le timing était bon. Lorsqu'en 1994, Thierry entame sa dernière année d'études, son père souhaite vendre l'entreprise. « *J'ai racheté les parts de mes frères en 1995 pour 10 millions de francs* ».

C'est un revirement. « *Vers l'âge de 10 ans, je travaillais pour mon père chaque Noël. Je devais assembler une boîte avec des miniatures. L'odeur du whisky quand vous avez 10 ans est vraiment dégoûtante. J'ai alors dit que je ne travaillerais jamais dans l'affaire* », s'amuse-t-il. Plus tard, à Philadelphie « *Je fréquentais les bars à whisky et j'essayais d'éduquer mes amis sur Macallan ou Laphroaig. Je connaissais certaines choses pour les avoir lues dans des livres et j'étais allé avec mon père en Écosse, mais je n'étais pas un expert* ».

Pour lui, la fin des années 90 peut être considérée comme la dernière fusée d'un âge d'or pour le whisky. « *A cette époque, vous trouviez tout ce que vous vouliez. Mais nous ne l'avons pas réalisé. Acheter des fûts d'Ardbeg 74, ça semblait difficile à vendre. Aujourd'hui, ça se vend en une minute. C'était vraiment différent. Mais, foin de nostalgie, je suis plus dans le présent et le futur. De nouvelles choses arrivent tout le temps, de nouvelles distilleries, je rencontre de nouvelles personnes. C'est plus excitant que de regarder en arrière* ». « *Jusqu'au milieu des années 60, l'entreprise ne vendait que six single malts. Tout a changé au début des années 70, lorsque des liens ont été établis avec Gordon & MacPhail. Mon père a commencé à importer du Lagavulin. C'était 30 FF (4.5 €) et comme il ne pouvait pas le vendre, il a dû le renvoyer en Écosse. Puis il a renouvelé l'expérience et là ça a marché* ».

Bien que la plupart des consommateurs français aient vu le whisky comme un mélange bon marché à consommer à l'apéritif, La Maison a persévéré dans sa vision du whisky en tant qu'esprit premium. Dans les années 1980, **Signatory Vintage** a rejoint le portefeuille et lorsque Thierry est arrivé, le réseau a commencé à être poussé plus loin. La gamme a grimpé de 300 à 1500 produits en cinq ans. « *Il n'y avait pas tellement de plan. Tout est arrivé en rencontrant des gens. J'allais régulièrement à Londres. C'est grâce à Wallace et Jack [Milroy], et Doug McIvor, que je suis entré dans le monde du whisky. Ils m'ont beaucoup aidé* ».

Et aujourd'hui ? « *Je suis toujours à la recherche de nouveaux produits, mais il y a trop de Scotch sans importance pour moi. Ils se ressemblent, ils ont le même goût. C'est le principal problème en ce moment. Ce ne sont pas de mauvais whiskies, mais ils ne sont pas excitants. Bien sûr, la nouveauté est la clé de tout marché, nouvelles marques, nouveaux embouteillages. Mais nous ne prenons pas tout. Nous sommes impliqués dans la sélection et retenons ce qui à nos yeux, ou plutôt à notre palais, est intéressant - et bon* ».

Ecosse : 10 nouvelles distilleries en 2018

Le niveau actuel d'investissement dans le whisky écossais n'avait pas été vu depuis plus d'un siècle. Avec l'ouverture de 10 nouvelles distilleries en 2018, la décennie 2010-2019 est sur le point de battre un record historique.



Vous vous souvenez : en octobre 2017, Ian Macleod Distillers annonçait son intention de rouvrir la distillerie de **Rosebank** en 2019, moins de 24 heures après que Diageo eut révélé son intention de réintégrer les distilleries culte de **Port Ellen** et **Brora** en 2020. Ces annonces spectaculaires qui visent un horizon décalé ne doivent pas masquer les autres projets qui vont voir le jour avant ceux-là.

Avec des exportations de single malt sur un nouveau sommet annuel de 1 milliard de livres - représentant aujourd'hui 25% de la valeur totale des exportations écossaises - les investissements dans le whisky écossais sont à un niveau jamais atteint depuis les années 1890. Au cours de cette décennie, 40 nouvelles distilleries avaient été ouvertes. 120 ans plus tard, **les années 2010 pourraient dépasser ce record.**

C'est le grand boum ! Et pourtant le départ avait été lent. De 2010 à 2016, 13 nouvelles distilleries *seulement* avaient ouvert leurs portes. Mais avec les 10 réalisations de 2017, les 10 prévues en 2018, et 22 autres projets d'ores et déjà annoncés pour la période 2019-2021, la barre devrait être franchie.

Les 10 de 2018, on les connaît. « J'ai les noms » disait **Coluche**. Les voici : *Ardnahoe, Ardross, Borders, Burnbrae, Crafty, Douglas Laing, John Crabbie, Holyrood Park, Reivers et Tolvaddie.*

Anecdotique ? Non pas. C'est le signe que **sur un marché de plus en plus concurrentiel et mondialisé, l'Ecosse résiste bien. Car ce que la baisse de la livre consécutive au Brexit a fait perdre sur les valeurs à l'exportation, a été compensé, et apparemment au-delà, par l'effet favorable sur les volumes. Les industriels l'ont bien compris et parient sur un prolongement de la tendance en investissant et en élargissant leurs gammes avec de nouveaux produits.**

Tout cela profite surtout au Scotch Single Malt. Ce qui, franchement, n'est pas pour nous déplaire.

slainthe