

*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° 33 - 07/05/2019

- *Glenfiddich perd une bataille juridique contre un producteur indien.*
- *Le féminisme à l'œuvre dans l'industrie du whisky.*
- *Le mystère Port Askaig.*

Glenfiddich perd une bataille juridique contre un blender indien

La distillerie du Speyside s'est opposée au dépôt d'une marque de scotch par une société de boissons indienne, l'accusant de l'avoir copiée. Les autorités écossaises en la matière lui ont donné tort ... Ont-elles eu raison ? Voici, en résumé, quelques faits à partir desquels vous pourrez vous faire votre opinion.



Vivek ANASANE, un homme d'affaires propriétaire d'une entreprise de négoce de boissons basée à Mumbai en Inde, a récemment ouvert un site en Ecosse, avec la ferme intention de prendre position sur le marché du scotch. Les médias britanniques se sont montrés peu loquaces sur l'implantation de « l'intrus » et son organisation. Mais tout porte à croire qu'il s'agit d'une entreprise d'assemblage-embouteillage et non d'une distillerie.

Créateur de la marque de blend « **Glenfield** », l'entrepreneur a souhaité la protéger en déposant une demande d'enregistrement auprès de l'I.P.O., l'Office de la Propriété Intellectuelle au Royaume-Uni. Ce à quoi, Glenfiddich s'est opposé, en envoyant ses avocats plaider sa cause auprès de l'organisme régulateur. Le numéro un du single malt écossais considère que « *la marque Glenfield est très similaire sur le plan phonétique à Glenfiddich, et très similaire sur le plan visuel à son étiquetage* ». Il est vrai que les deux étiquettes comportent des lettres blanches sur fond vert et une image de cerfs dorés, un seul pour Glenfiddich, deux pour Glenfield. Est-ce de nature à entraîner une confusion dans l'esprit des consommateurs, comme l'affirme **William Grant & Sons**, propriétaire de la marque Glenfiddich ?

Non, selon **Mark BRYANT**, le responsable de l'audience à l'I.P.O. qui a déclaré : « *Le consommateur de whisky prête un niveau d'attention normal pendant son processus d'achat. En ce qui concerne les combinaisons de couleurs, celles-ci offrent certaines similitudes et peuvent rappeler furtivement l'autre marque, mais les différences significatives, en particulier dans les éléments dominants Glenfiddich et Glenfield, sont telles que je trouve que les différences l'emportent sur les similitudes* ».

Moyennant quoi, l'enregistrement de la marque « Glenfield » a été validé.

En février de cette année, la Scotch Whisky Association (SWA) avait remporté un litige contre un whisky allemand, **Glen Buchenbach** (cf. image de droite ci-dessus), l'accusant d'avoir utilisé illégitimement le terme « Glen » sur ses bouteilles. Selon elle, l'emploi de ce vocable par un whisky non écossais était « trompeuse » pour le consommateur et violait le statut d'indication géographique protégée (I.G.P.) du Scotch whisky.

C'est peut-être ce qui a poussé William Grant & Sons à croire en ses chances d'aboutir à débouter son rival. Sauf que, si les fonds investis sont indiens, le produit, lui, est bien écossais et respecte les critères ouvrant droit à l'appellation « Scotch whisky ». Ce qui n'est pas un mince avantage pour exporter le « Glenfield » sur l'énorme marché indien. Serait-ce dans les plans de Mister ANASANE ?

Le féminisme à l'œuvre dans l'industrie du whisky

Depuis quelques années, les femmes font une percée remarquable dans l'industrie du Scotch Whisky. Outre que le phénomène s'observe à tous les étages de l'organisation, les entreprises en font désormais un axe fort de leur communication. Illustration avec deux exemples.



Annabel THOMAS (photo de gauche ci-dessus) est la fondatrice et la P.D.G. de **Ncn'ean**, une distillerie créée en 2017 sur la péninsule de Morvern dans les Highlands.

L'entreprise se définit comme 100 % biologique en appliquant ce qualificatif au choix de ses céréales, aux sources renouvelables utilisées pour son énergie, aux levures sélectionnées, aux produits de nettoyage des locaux et matériels, etc. ...

Compte-tenu du délai de maturation minimum de 3 ans nécessaire pour obtenir l'appellation scotch whisky, les premiers flacons de Ncn'ean ne seront pas commercialisés avant 2020-2021.

Mais d'ores et déjà **l'entreprise fait parler d'elle par la voix de sa dirigeante qui espère encourager davantage de femmes à faire carrière dans le scotch**. Concrètement, deux stages sont ouverts à toutes femmes âgées de 18 ans et plus, du 15 au 20 juillet, pour faire l'expérience pratique de la fabrication du whisky, du brassage, et de la distillation à la maturation. Les frais de déplacement, de logement et de restauration sont pris en charge.

Diageo, que l'on ne présente plus, a de son côté, intégré deux apprenties parmi les 16 membres de l'équipe de sa tonnellerie **Cambus** à Clackmannanshire, dans les highlands. **Et ne se prive pas de le faire savoir en communiquant dans la presse sur le sujet.**

Angela Cochrane et **Kirsty Olychick** (cf. photo de droite ci-dessus) ont entamé un cycle de quatre ans pour apprendre un métier requérant des qualités physiques qui n'effraient pas les jeunes impétrantes. La première d'entre elles a déclaré : *« C'est beaucoup plus complexe que je ne le pensais, et je suis crevée quand je rentre le soir, mais tout, de la manipulation des barils au balancement du marteau, commence déjà à devenir beaucoup plus naturel »*.

Autre exemple de communication organisée par le n° 1 mondial du whisky : celui du recrutement, plus technique, d'une jeune femme de 18 ans, **Rebecca Weir**, comme première apprentie chaudronnière du pays. Elle va apprendre à battre à la main des feuilles de cuivre, à les souder à des alambics à whisky, et sera formée aux techniques de conception assistée par ordinateur.

Selon Diageo, un quart de ses apprentis en Écosse sont des femmes, ainsi que 17 % de la main-d'œuvre de distillation du malt, et 40 % des postes de direction.

De la dégustation à la fabrication et à la gestion, le pas est franchi.

Le mystère Port Askaig

Pour les amateurs de whiskies tourbés, ceux de l'île d'Islay en particulier, le nom de Port Askaig est évocateur de belles sensations gustatives. Mais de quelle distillerie provient donc cette gamme de produits allant d'un no age à une version 34 ans ? Mystère. Vous aurez beau fouiller tous les recoins du village et du port, vous n'y verrez pas l'ombre d'un alambic.

C'est donc peu dire que la provenance de ce breuvage tant apprécié suscite une grande curiosité, entraînant les supputations des initiés (autoproclamés pour la plupart).

Longtemps, une majorité de spécialistes a associé Port Askaig à la distillerie **Caol Ila**, influencés qu'ils étaient par sa proximité géographique avec ledit village, par une ressemblance flagrante entre les bouteilles utilisées par les deux marques, et par une similitude au niveau de la puissance tourbée. Mais la mise sur le marché des versions 30 et 34 ans ont rendu l'hypothèse peu vraisemblable, car il est plus que douteux que Caol Ila disposent de stocks aussi âgés.

Ce qu'il faut préciser à ce stade, c'est que Port Askaig est une marque appartenant à la société de négoce **Elixir Distillers**, fondée par les frères **SINGH**, également propriétaires de **The Whisky Exchange** dont je vous invite à découvrir le site web en cliquant sur le lien <https://blog.thewhiskyexchange.com/>

Elixir Distillers est un embouteilleur officiel qui a toute latitude pour mettre les produits de son choix dans les flacons qu'il propose à la vente. Mais comme il ne propose que des singles malts, autrement dit des scotchs provenant d'une seule distillerie, les supputeurs (ou supputateurs ?) sus mentionnés ont supposé que toute la gamme venait du même endroit.

Ne leur jetons pas la pierre, errare humanum est. Il est vraisemblable qu'Elixir Distillers s'approvisionne auprès de plusieurs distilleries d'Islay (toutes ?) : **Caol Ila** et **Bunnahabhain** sont les plus citées. Le secret est jalousement gardé de part et d'autre, car comme les versions d'E.D. sont concurrentes de celles des distilleries d'origine, aucune des deux parties n'a intérêt à jouer la transparence. Ce qui ne se vérifie pas chez tous les autres embouteilleurs, mais passons.

Toujours est-il que cette très belle gamme, dont j'avoue être fan, fête cette année les 10 ans de son lancement. Et qu'à cette occasion, une version 10 ans a été réalisée.



Ce single malt a été distillé en 2008 et a mûri dans une combinaison de fûts de sherry et de bourbon. Embouteillé à 55,85 %, la latitude géographique du village de Port Askaig - le whisky est décrit par E.D. comme ayant *des arômes d'allumettes brûlées, de bacon rûpé, de crêpes et de miel de bruyère, avec des notes de pain de seigle à croûte de sel, de pomme et de saphire en bouche* (waouh !).

Seulement 10 000 bouteilles ont été produites pour la vente sur certains marchés, dont le nôtre. On peut d'ores et déjà le trouver sur quelques sites en ligne dans une fourchette de prix de 70-75 €. A ce niveau, peut-être est-il opportun d'attendre une éventuelle dégustation pour le découvrir avant de s'en rendre acquéreur (c'est vous qui voyez !).

slainthe