

PUBLICITÉ

BARMAG

Le goût du partage

SAINT JAMES

RHUM PURE CANNE BIO



La Distillerie Saint James élabore à Sainte-Marie en Martinique, sur des parcelles sélectionnées, un Rhum agricole Biologique dont la canne à sucre est cultivée sans engrais chimiques ni pesticides et récoltée à pleine maturité.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

WORLD
RUM
AWARDS
GOLD

**SAIN'T
JAMES**
— VSOP —

**RHUM
PURE
CANNE**



LA DISTILLERIE SAINT JAMES ÉLABORE DEPUIS 1765 DES RHUMS AGRICOLES À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

FÉVRIER 2022 - N°161

BARMAG

Le goût du partage

**RHUM
MEZCAL**

LES COUPS
DE CŒUR
DES BARMEN

★★★★

LES ARRANGÉS
UNE CATÉGORIE
EN PLEIN BOOM

★★★★

LA TEQUILA

FUTURE CONCURRENTE DU WHISKY ET DU RHUM ?



ÉLUE N°1

POUR LA 8^{ÈME} ANNÉE CONSÉCUTIVE
MARQUE DE MIXERS

LA PLUS VENDUE & LA PLUS TENDANCE

PAR LES MEILLEURS BARS AU MONDE



 **FEVER-TREE**

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Edito BARMAG

RHUM, TEQUILA ET MEZCAL : QUELLES SONT LES TENDANCES ?

Si depuis le 25 mai 2021, une réglementation européenne légifère qu'en Europe, tout rhum avec un taux de sucre supérieur à 20 grammes par litre ne peut plus être appelé « rhum », la chasse à l'ajout de sucre et aux arômes artificiels n'empêche pas cette boisson de prospérer. En France, sa consommation dépasse chaque année 48 millions de bouteilles tandis que dans le monde elle s'élève à 17 litres par seconde, soit 536 000 de tonnes bues... De quoi le placer à la troisième marche des spiritueux les plus vendus derrière le whisky et le brandy et lui accorder une place de premier choix dans ce numéro, à côté de la tequila et du mezcal.

Aussi concernés par le nouveau cadre légal, les « arrangés » révèle une croissance de 46% et une part de marché de 7% en grande distribution et magasins de proximité selon une étude Nielsen de 2020. Un record porté par des innovations à découvrir dans vos pages. De Joseph Akhavan, chef barman et ex-fondateur du bar Mabel à Paris, à François Galerneau, gérant du bar Nasdrovia et de la cave Bar Spirit à Toulouse en passant par Gauthier Zucco, directeur des bars de l'hôtel Madame Réve, vous découvrirez les coups de cœur de ces experts en matière de rhum, tequila et mezcal.

Également dans votre magazine l'interview de l'entrepreneur Mark Reynier qui, après la création du whisky irlandais Waterford, se lance dans la production d'un rhum expérimental avec une nouvelle distillerie high-tech, sur l'île de Grenade... sans oublier des mises en lumière de spiritueux comme le Mah Spirit, inspiré du terroir indien, ou le Canerock, premier spiced rum de la Maison Ferrand.

Enfin du café-concert le Noktambül à Rennes en passant par la Blitz Society, dédié au jeu d'échecs à Paris, ou encore le Hein, le tout dernier taproom lillois... retrouvez les meilleures adresses de bars tout juste ouverts sur le territoire.

Bonne lecture et @très bientôt,

Gérald Dudouet



N°161

En couverture

Chipilo, un cocktail à base de tequila boosté aux saveurs méditerranéennes. Une création de Gauthier Zucco. Lire page 10.
Photo : Benjamin Brette.

BARMAG
en version digitale

RETROUVEZ VOTRE MAGAZINE EN VERSION DIGITALE SUR **BARMAG-WEBSHOP.FR**

ABONNEZ-VOUS



EN UN FLASH

Sommaire

6 BARMAG HOME
TENDANCE SPIRITUEUSE

8 LES ARRANGÉS
UNE CATÉGORIE EN PLEIN BOOM

10 RHUM, TEQUILA, MEZCAL
LES COUPS DE CŒUR DES BARMEN

14 THE BARTENDERS SOCIETY 2021
LA FIN D'UNE TRILOGIE

16 CANEROCK
LES AVENTURES D'ALEXANDRE GABRIEL EN JAMAÏQUE

18 RENEGADE
UN OVNI DANS LE MONDE DU RHUM

20 LA TEQUILA
FUTURE CONCURRENTE DU WHISKY ET DU RHUM ?

22 MAH SPIRIT
UN SPIRITUEUX INSPIRÉ DU TERROIR INDIEN

23 CHANTIER
UN POP-UP AUX COULEURS DU MEZCAL

24 ANALOGUE (SINGAPOUR)
PROMOUVOIR LA DURABILITÉ SOUS TOUTES SES FORMES

26 BARS, OUVERTURES

29 BLITZ SOCIETY
QUAND LES ÉCHECS S'INVITENT AU BAR

30 V&B
LANCE LES TREMPLINS DE LA MUSIQUE

31 AU BISTROK
TOUT EST À VENDRE SAUF LE PERSONNEL !

32 LES SPIRITIVES
COCKTAILS ET SPIRITUEUX EN RÉUNION À BORDEAUX



ÉDITION

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Franck Poncelet

RÉDACTION

JOURNALISTES : Laurence Marot, Marina Lempert, Anthony Poncier, Gérald Dudouet - RELECTEUR : Thierry Klajman

GRAPHISME : Kalzone

PUBLICITÉ

01 44 23 10 64

BARMAG est le magazine conso-attitude à destination des consommateurs et des professionnels.

BARMAG, au cœur de la boisson.

Publié par OSMOSE

29-31, rue des Terres-au-Curé - 75013 Paris

Tél. : 01 44 23 10 64 - N° ISSN : 1951-8811

Dépôt légal : à parution

10 numéros par an - prix de vente : 3,50 €

RCS PARIS B 440 530 343



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

BARMAG
-Home-



RELOOKING

CŒUR DE CHAUFFE SAINT JAMES
Une nouvelle bouteille tout en élégance pour ce rhum blanc agricole. Distillé dans un alambic à repasse et non en colonne, il ne bénéficie donc pas de l'AOC Martinique mais est bien élaboré selon la tradition antillaise. **Robe** : cristalline. **Nez** : floral et canne fraîche. **Bouche** : notes accentuées avec une pointe de genièvre. **60% 70 cl. 31 €.** CHR, Cavistes.



TENDANCE SPIRITUEUSE

De caractère mais tout en charme, ces belles cuvées réchauffent l'atmosphère et permettent d'inoubliables moments de francs partage.

TEXTE - MARINA LEMPERT

EN BOISÉ

MEZCAL AÑEJO ZIGNUM

100% agave de variété Espadin, élaboré en conformité avec une charte écoresponsable dans la région d'Oaxaca au Mexique, il a été distillé dans des alambics à colonne. **Viellissement** : minimum 18 mois en fûts de chêne neuf américain et français. Non coloré. Un nez puissant et floral, une bouche généreuse aux notes chocolatées et une finale ronde de sirop d'érable, séduisent.

40% 70 cl. 70 €. CHR, cavistes.

DE SAINT MARTIN

GOUVERNEUR 1648

Comme variété de canne à sucre, Gouverneur 1648 utilise principalement la R 570, de type blanche, rouge et bleue. Cultivées entre Marie-Galante, la Guadeloupe et la République dominicaine, elles sont ensuite récoltées, puis coupées à la main et transportées avec soin fraîches jusqu'à la distillerie, en tracteur ou à cheval. Élaboré à base de rhums agricole et de mélasse, assemblé à Saint-Martin, ce blend 10 ans d'âge est non filtré à froid. Sa robe acajou, son nez toasté, fruits confits, caramel, sa bouche de cacao et réglisse et sa finale de cannelle dévoilent tout le savoir-faire des Antilles. Servir aéré quelques minutes avant la dégustation dans un verre à pied.

42% 70 cl. 62-65 €. CHR, cavistes.



CRAFT

MAHANI

Encore un mezcal, Joven – non vieilli – cette fois produit à San Juan del Rio sur les hauteurs d'Oaxaca, composé 100% d'agaves aussi appelés Maguey, de variété Espadin 7 ans, cultivés en bio et cueillis manuellement. Il étonne et réjouit de par son inspiration et élaboration entièrement artisanales : cuisson au feu de bois dans un trou creusé au sol, broyage au moulin, aucun produit ajouté, fermentation 100% naturelle, double distillation en alambic en cuivre. **Robe** : limpide. **Nez** : fumé et miellé. **Bouche** : agave fraîche, noix, fruits verts.

40% 70 cl. 59-62 €. CHR, cavistes.



SAINT VALENTIN

D'USSÉ XO CHÂTEAU DE COGNAC

Le Château de Cognac propose un coffret exclusif, issu d'une collaboration avec le rappeur américain Jay-Z. Pour cette cuvée XO, les eaux-de-vie ont été vieilles à minima 10 ans en fûts de chêne français, pour assurer un assemblage unique et une réelle profondeur des arômes. Sa robe cuivrée et ses notes abricotées, mûres, chocolat noir et noix la caractérisent. Se déguste pur ou en cocktails raffinés. **Coffret** : le Cognac D'USSÉ XO, 2 verres tulipes, le rituel de dégustation en vidéo commenté par le maître de chai. **40% 70 cl. 195 €.** Le coffret Saint-Valentin cognac D'USSÉ XO® est disponible à la boutique du Château de Cognac, ou sur : boutique.chateauroyaldecognac.com

AUDACE IRLANDAISE

SINGLE MALT THE BUSKER

Produite à la Royal Oak Distillery, dans le comté de Carlow, 4^e producteur de whiskey en Irlande, The Busker est une nouvelle gamme qui comprend les 4 types de whiskeys irlandais : single grain, single malt, single pot still, et blend. Elle est ainsi la 1^{re} marque au monde à offrir une expérience complète à travers ses 3 Single dédiés aux cavistes et CHR et à son blend disponible en GMS. **Single Malt** : distillé dans des alambics en cuivre, avant de vieillir en fûts de bourbon et de xérès. Le nez et la bouche attaquent en saveurs chocolatées puis s'équilibrent en finale douce et crémeuse.

Dégustation : sur glace, en cocktail.

44,3% 70 cl. 36 €. Cavistes et un peu de CHR sélectionnés.



RHUM DE MÉLASSE VSOP

RIVIÈRE DU MÂT

Structurée au boisé franc, cette cuvée présente un subtil assemblage de très vieux rhums. Fruit d'un vieillissement de 4 ans minimum en climat tropical sur la côte est de l'île de La Réunion, sa fraîcheur évoque le terroir volcanique des champs de canne. **Robe** : cuivrée. **Nez** : attaque mentholée, puis boisée et fruits exotiques. **Palais** : vanille, fruits grillés, épices.

Dégustation : à température ambiante. Très vieux rhum traditionnel de La Réunion. **43% 70 cl. 32 €.** CHR, cavistes.



BARMAG
-Home-



GASCONNE !

DISTILLER'S CUP GASPARD DE M.

Gaspard de M. est un hommage à Joseph-Gaspard de Maniban, 1^{er} président du Parlement de Toulouse en 1722, grand propriétaire et producteur d'armagnac, très actif quant à l'expansion de cette eau-de-vie. Gaspard de M. Bas-Armagnac est une nouvelle gamme d'armagnacs au packaging original, dédiée à l'utilisation en cocktails. Elle est entièrement produite au Château de Maniban par la famille Castarède, la plus ancienne maison de négoce fondée en 1832.

Distiller's Cup : Cépages : Ugni blanc, Colombar. **Distillation** : continue, en alambic traditionnel armagnacais. **Viellissement** : minimum 3 ans en fûts de chêne noir gascon de 400 L neufs puis déjà utilisés. **Notes au nez et en bouche** : prunes fraîches, bois fin, café. **Appellation Armagnac contrôlée.** **45,3% 70 cl. 42 €.** Disponible pour le moment uniquement à la boutique 140, bd Haussmann – 75008 Paris. Autre version : Blanche, 38 €.

LES « ARRANGÉS »

UNE CATÉGORIE EN PLEIN BOOM

DEPUIS L'ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA RÉGLEMENTATION EUROPÉENNE SUR LE RHUM, LE 25 MAI 2021, LES PRODUCTEURS ONT DÛ BANNIR LE TERME «RHUM ARRANGÉ» SUR LEUR ÉTIQUETTE POUR LE REMPLACER PAR «PUNCH AU RHUM». CETTE BOISSON TRADITIONNELLE, ORIGINAIRE DE LA RÉUNION, S'IMPOSE AU FIL DES ANNÉES COMME UNE CATÉGORIE À PART ENTIÈRE. SYMBOLE DE CONVIVIALITÉ ET D'EXOTISME, CE BREUVAGE AROMATIQUE MACÉRÉ AVEC DES FRUITS ATTIRE DEPUIS QUELQUES ANNÉES UN PANEL DE PRODUCTEURS ARTISANAUX FRANÇAIS. INNOVATION ET CRÉATIVITÉ SONT DÉSORMAIS AU RENDEZ-VOUS.

UNE CATÉGORIE DYNAMISÉE GRÂCE À L'UNE DES MAISONS HISTORIQUES RÉUNIONNAISES

À l'heure de l'apéro à la maison, le rhum arrangé deviendrait-il la boisson tendance des Français ? Tous les signaux sont au vert ! Une étude Nielsen de 2020 a révélé une croissance de 46% et une part de marché de 7% en grande distribution et magasins de proximité. Un record ! On doit remercier le leader historique Isautier, qui fut la première marque réunionnaise à conquérir le marché français, par la voie de la grande distribution depuis plus de 12 ans. « Avec notre distributeur Macéo, nous avons accompli un gros travail pour démocratiser cette manière de consommer le rhum. La France était

un terrain fertile, avec un marché dynamique dans cette catégorie. La clef de notre succès : la qualité organoleptique de nos produits et la bouche-à-oreille. Notre produit phare est l'arrangé banane flambée, précise Yann Auberval, directeur marketing de la Maison Isautier qui s'intéresse aujourd'hui à un autre réseau : le CHR et les cavistes. Nous sommes la plus ancienne distillerie de l'île et les consommateurs français ne connaissent pas la diversité et la qualité de notre travail. » C'est aux côtés du distributeur la Maison du whisky, qu'Isautier va partir à la conquête de ce nouveau réseau prescripteur à partir du 1^{er} avril 2022. « Avec un catalogue dédié incarnant son savoir-faire en termes de rhums vieux et intégrant une gamme d'arrangés premium appelée la Fresque de La

Réunion, qui innove encore en invitant le consommateur à revivre en bouche les sensations livrées par le paysage paradisiaque de l'île », ajoute le directeur marketing, qui donne rendez-vous au prochain Rhum Fest pour découvrir ces actualités.

UNE BOISSON QUI A LE VENT EN POUPE CHEZ LES CAVISTES

Depuis quelques années, la catégorie a également vu décoller ses ventes de 30 à 40% chez les cavistes qui garnissent leurs étagères avec ces flacons aux couleurs bigarrées entre des bouteilles de rhum blanc agricole et de rhum vieux. L'expert en rhum Jerry Gitany, qui travaille dans la boutique spécialisée Christian de Montaguère, suit avec intérêt l'essor du rhum arrangé.



« Depuis 5 ans, on voit de plus en plus de gens s'y intéresser sur des marques de petits producteurs. On en vend tous les jours, et souvent comme cadeau. Nous avons référencé 15 marques françaises et d'outre-mer au magasin, et nous privilégions les produits artisanaux avec du rhum de qualité et des fruits frais », précise ce spécialiste d'origine martiniquaise, qui gère également la Confrérie du rhum. Pour cette fin d'année, l'association a d'ailleurs fait un partenariat avec les Rhums de Ced', un rhum arrangé « Siret Cochon » en hommage à la Martinique.

LE BERCEAU DU RHUM ARRANGÉ FRANÇAIS : L'OUEST AVEC SES PRODUCTEURS INNOVATEURS

Le rhum arrangé est aujourd'hui le fleuron de producteurs de spiritueux artisanaux dans tout l'Hexagone. Direction Nantes avec l'un des pionniers du renouveau de la catégorie, Cédric Clément. Cet explorateur des saveurs fonde en 2011 les Rhums de Ced', l'une des premières marques artisanales sous le signe de l'innovation. Assemblage de rhums agricoles, affinage en fût, gamme bio, utilisation de rhums agricoles bruts de fût... cette maison a secoué les codes du rhum arrangé réunionnais. Depuis fin 2021, son premier ambassadeur, Marc-Antoine Ruffet, prêche la bonne parole auprès des cavistes. Du côté de Saint-Malo, célèbre ville du rhum, Olivier Cruz et Lucas Fisk, 2 Bretons issus du monde de la restauration et de l'alimentation, ont usé de leur talent culinaire pour incarner un nouveau style avec MaloRhum. Leur concept : travailler des ingrédients cuisinés avant la macération dans le rhum. « On utilise des techniques de flambage, de caramélisation,

de réduction avec des légumes, des cactus, de l'ail », précise Olivier Cruz. On se rappelle encore la recette au homard présentée à Rhum Fest 2019. Pour 2022, le duo passe à la vitesse supérieure avec une gamme à 46% (au lieu de 35%) et des recettes encore plus abracadabrantes.

UNE ACTIVITÉ LUCRATIVE QUI SE DÉVELOPPE DANS TOUTE LA FRANCE.

Côte d'Azur, Hauts-de-France, Sud-Ouest... le rhum arrangé attire de nombreux entrepreneurs ayant le sens du goût et des affaires. À Marseille, Maxime Feffer, ancien contrôleur de gestion au Mama Shelter, ne trouvait pas de rhum arrangé dans sa région. En 2017, il fonde sa structure les Canailles en proposant des jus composés d'ingrédients exotiques mais aussi de Provence. Un carton ! À Lille, Clémence et Thierry Ogez tenaient un magasin de primeurs-épicerie fine. En 2014, reconversion totale : le couple crée Arhumatic, avec des cuvées premium macérées avec des ingrédients de saison et habillées de bouteilles esthétiques. Succès dès la première année ! Aujourd'hui, il propose des séries limitées sublimées par des rhums très aromatiques comme Hampden ou Clairin.

DE NOUVEAUX PARTENARIATS

Le rhum arrangé est aussi devenu un axe de développement pour des distilleries spécialisées dans les rhums blancs et les rhums vieillis. Parfait exemple avec la maison martiniquaise HSE, qui travaille main dans la main depuis 2020 avec la marque tricolore de l'Arrangé. En quelques mois, la gamme a pris un joli coup de fraîcheur. « Le rhum arrangé est un produit complexe que j'ai découvert lors de notre rapprochement avec cette maison basée en Île-de-France, détaille Cyrille Lawson, responsable de développement de HSE et de la Fabrique de l'Arrangé. Aujourd'hui, nous utilisons du rhum AOC 100% Martinique et les ingrédients sont toujours sélectionnés avec soin sur place à Rungis. Nous respectons scrupuleusement les temps de maturation et les fruits sont tous coupés à la main. Par ailleurs, nous avons pris le parti de travailler nos 18 recettes avec un niveau de sucre maîtrisé qui laisse la part belle à l'expression aromatique des fruits à pleine maturité et du rhum AOC Martinique. Côté look, nous avons donné une nouvelle identité avec pour signe distinctif un numéro par recette. Nos meilleures ventes ? N°3 : ananas, fruits de la passion et fleurs d'hibiscus ; et N°5 : mangue, abricot et fleur de thym. »

LE RHUM ARRANGÉ, UNE BASE AROMATIQUE POUR LE MONDE DU COCKTAIL

Jus de qualité, fruits frais et variés : le rhum arrangé artisanal est devenu le complice des barmen. « Leur regard a changé sur la catégorie. Les barmen se sont approprié ce produit aromatique artisanal en le sublimant dans des créations cocktails. Le rhum arrangé fait aussi office de premix pour des long drinks à condition de l'allonger avec du tonic ou du ginger beer », commente Henri Goldschmidt, cofondateur de la Distillerie du Golfe (Morbihan). Henri a lancé la marque l'Atelier des Rhums arrangés, qui se distingue pour son excellent rapport qualité-prix (- de 30 €) et ses recettes simples mais originales. Depuis 2020, la marque pionnière Les Rhums de Ced' a pris le virage de la mixologie en collaborant avec le vainqueur de The Bartenders Society 2017 et propriétaire du Santeuil Café à Nantes, Mathieu Gouret. Ce fan de rhum agricole a imaginé 13 créations inspirées du répertoire de la mixologie comme un Ti Tai ou un Ti Stormy. Vive le rhum arrangé !



QUELLES SONT LES CUVÉES INTÉRESSANTES ? BARMAG A INTERROGÉ PLUSIEURS EXPERTS EN LA MATIÈRE POUR CONNAÎTRE LEURS DERNIÈRES DÉCOUVERTES. CERTAINES SONT DÉJÀ DES COLLECTORS. AVIS AUX PALAIS ÉCLAIRÉS.

RHUM, TEQUILA, MEZCAL

LES COUPS DE CŒUR DES BARMEN

TEXTE - LAURENCE MAROT

GAUTHIER ZUCCO

DIRECTEUR DES BARS DE L'HÔTEL MADAME RÊVE



Son nom fleurit bon l'exotisme. D'origine italienne, Gauthier Zucco s'est taillé une belle réputation auprès des amateurs de pisco lors de ses fonctions comme chef barman au renommé restaurant péruvien Manko. Ce passionné du goût a évolué au sein du groupe Moma, où il a géré la conception des bars de prestigieux établissements (Lapérouse, Mimosa, Tortuga, Forest, Cipriani Saint-Tropez). Depuis fin novembre 2021, l'expert du cocktail a rejoint le groupe de Laurent Taïeb et son nouvel hôtel grand luxe, Madame Rêve, installé dans l'ancienne poste du Louvre. Il y chapeaute les 2 bars : celui de l'hôtel, au look classique ; et celui du restaurant la Plume, aux accents japonais. Et bientôt 3 avec le rooftop qui ouvre au printemps. L'une de ses premières missions : renforcer l'offre de rhum, de tequila, de mezcal et de pisco pour une clientèle haut de gamme en quête de saveurs venues du bout du monde, et faire vivre une expérience inédite dans ce nouveau lieu de vie.

VOLCAN, DE MI TIERRA AÑEJO CRISTALINO

C'est la nouvelle tequila premium lancée par le groupe Moët Hennessy Diageo. J'ai choisi cette cuvée qui se distingue par son bel assemblage d'añejo et d'extra-añejo vieilli en fûts de chêne américain, et aussi par son filtrage au charbon. Son jus donne un effet explosif en bouche, tel un volcan. J'ai été séduit par son côté chaud, poivré et cristallin. J'aime travailler cette tequila en cocktail boosté par des saveurs méditerranéennes.

Prix : 70 € la bouteille de 70 cl à 40%.

CONVITE JABALÍ

J'ai eu un coup de foudre pour ce mezcal consensuel concocté à partir d'agaves sauvages, appelés Jabalí. Son profil aromatique dévoile de subtiles notes d'agrumes et de poivres. Les saveurs fumées qui le caractérisent sont peu présentes comparativement à l'espandin, l'agave la plus courante du marché.

Prix : 135 € la bouteille de 70 cl à 46%.

RHUM AGRICOLE DE GUADELOUPE 16 ANS, DE BERRY BROS & RUDD

J'ai découvert récemment cette pépite embouteillée par l'une des plus vieilles maisons britanniques de négoce. J'ai été conquis par ses arômes gourmands de banane et ses notes fraîches de canne à sucre. Il se boit aussi bien seul qu'en old fashioned. Notre clientèle connaît assez mal le rhum français. Alors, en tant que barman, nous avons un véritable rôle d'ambassadeur.

Prix : environ 155 € la bouteille de 70 cl à 46%

48, rue du Louvre - 75001 Paris
madamereve.com



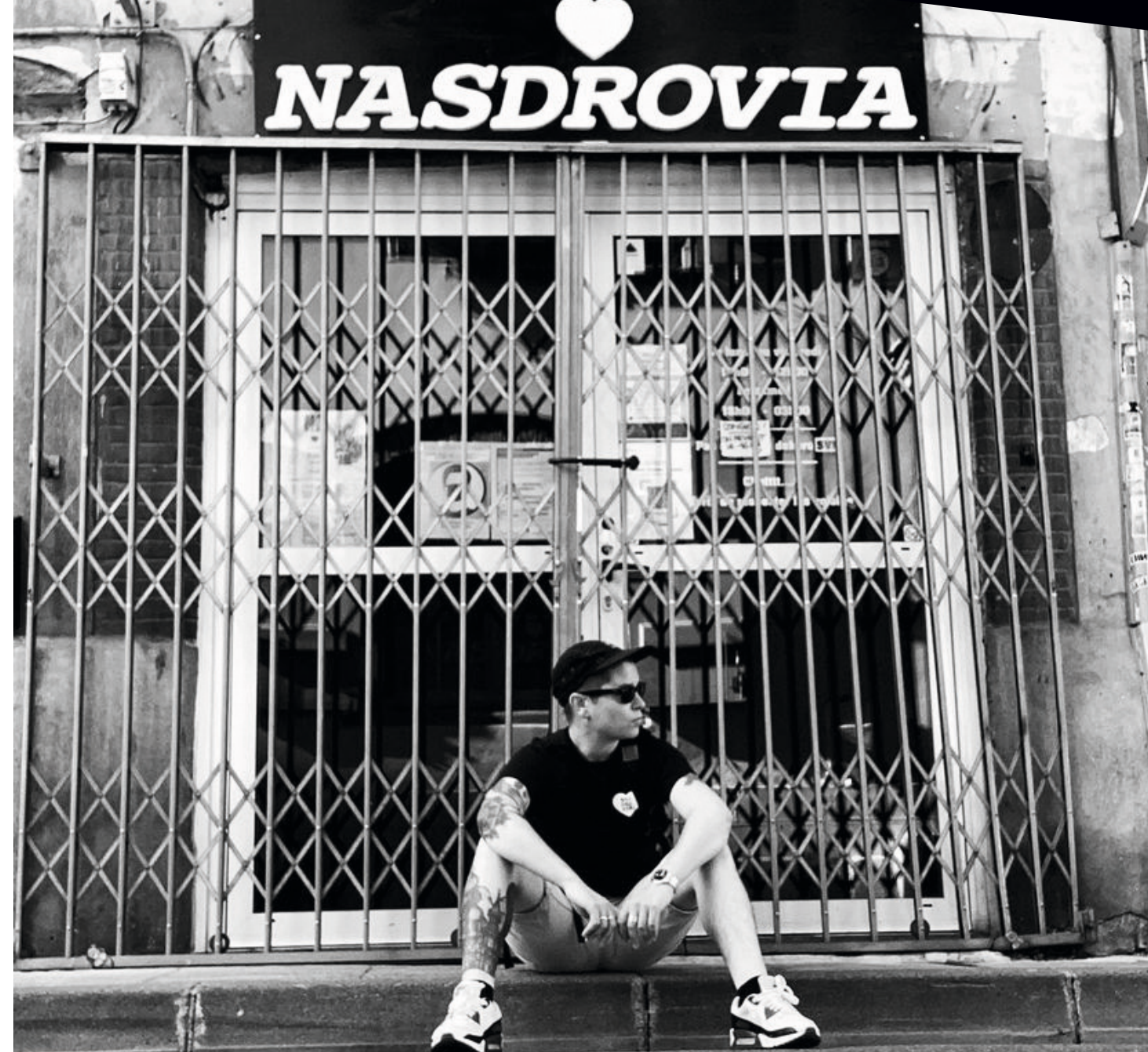
CHIPILO

INGRÉDIENTS

4 cl de Volcan Añejo Cristalino
1,5 cl de liqueur de cédrat Maison Nardini
0,5 cl de distillat d'olive Maison Manguin
1 cl de sirop de graines de fenouil maison
1 bar spoon de vinaigre blanc à la myrte

PRÉPARATION

Au verre à mélange.
À servir dans une coupette
avec une olive, un zeste de citron jaune,
et un brin de mimosa.



FRANÇOIS GALERNEAU

GÉRANT DU BAR NASDROVIA ET DE LA CAVE BAR SPIRIT À TOULOUSE

À Toulouse, il est l'une des figures à suivre. Plongé dans le monde de la restauration depuis l'âge de 16 ans, François Galerneau a découvert le monde du bar puis celui du cocktail au fil des expériences. Depuis 9 ans et dès l'heure de l'apéritif, ce chef barman shake dans son bar, baptisé Nasdrovia, de belles mixtures à base de spiritueux artisanaux de petits producteurs.

Aujourd'hui, les alcools à base d'agaves sont devenus son dada, du mezcal à l'espandin en passant par les cuvées ancestrales. La journée, cet actif chef barman travaille dans sa cave créée en 2017 et qui met à l'honneur spiritueux, liqueurs, vins et bières locales funky. Ses principaux partenaires : Mezcal Brothers, la Maison du whisky, et beaucoup de sourcing en

direct.

LALOCURA CUISHE

Je suis déjà très attaché à cette maison de mezcal, tant pour ses jus que pour son engagement en faveur des méthodes ancestrales de productions et de la transmission aux nouvelles générations. Ce Cuishe distillé en 2020 est une petite folie. En bouche, c'est une invasion de plusieurs fruits : ananas, mangue, fraise, goyave... Suave, presque huileux... un bonheur pour le palais et une claque même pour un amateur averti !

Prix : 140-150 € la bouteille de 70 cl à 49,7%.

SIEMBRA VALLES ANCESTRAL

L'exemple parfait de ce que devrait être la tequila d'aujourd'hui. Cette version ancestrale revient aux origines du spiritueux à base d'agave : fermentation naturelle, distillation en alambic au feu de bois. Siembra Valles continue à distiller « à l'ancienne » avec des volumes

de production décentes, privilégiant la qualité à la quantité. Elle est ultraexpressive et « smooth » au palais. Légèrement fumée, il en ressort de beaux arômes d'agave cuit, d'agrumes et une belle finale herbacée.

Prix : 110 € la bouteille de 70 cl à 50,2%.

TWELVE DISTILLERIE RÉUNION/ JAMAÏQUE

Mis à part un très beau Demerara chez Samaroli, c'est sur cet assemblage de chez Twelve Distillerie que j'ai le plus éprouvé d'émotions en 2021. Ce blend en brut de fût à 62% se caractérise par un côté gourmand et pâtisssier. On a vraiment au nez et en première bouche la Jamaïque avec Worthy Park et ensuite La Réunion avec Rivière du Mat, qui vient apporter ces notes gourmandes un peu noyautés et amandées... C'est un rapport qualité-prix comme je les aime.

Prix : 58 € la bouteille de 50 cl à 62%.



JOSEPH AKHAVAN CHEF BARMAN ET EX-PROPRIÉTAIRE DU BAR MABEL À PARIS



Pendant 6 ans, cet amoureux du rhum a fait chavirer les papilles des amateurs éclairés du spiritueux à base de canne à sucre et des adeptes de cocktails bien pensés et aiguisés. Depuis la vente de son bar en mai 2020, Joseph Akhavan a pris un peu de repos au côté de sa compagne Samantha Sanford. Ce barman aux doigts d'or poursuit sa collaboration avec le rhum J.M et partage ses pérégrinations et

coups de cœur sur son compte Insta « whorumtheworld_ ». En attendant l'ouverture de son prochain établissement, le gaillard n'a pas chômé : à l'occasion de la Chandeleur, collaboration avec la crêperie Brutus ; pour une boutique hotel (carte cocktails et spirits), une recette pairing à base de rhum J.M ; consulting bar ; et projet avec un acteur du rhum en France pour

l'accompagner sur la partie stratégie de communication.

LEVY LANE CO TAMOSI KARAYA UITVLUGT PORT MOURANT 1998 SINGLE CASK 61,1%

C'est début 2021 que j'ai eu l'occasion de le découvrir. Ce rhum de Guyane brut de fût était sorti depuis peu. C'est d'une maîtrise digne des meilleurs Demerara que j'ai pu goûter. Pendant deux ans, cet excellent single cask a vieilli sur l'île de Guyane en ex-fût de bourbon avant de partir mûrir 20 ans en Europe.

Prix : environ 182 € la bouteille de 70 cl à 61,1%. tamosirum.com

J.M TERROIR VOLCANIQUE

Ce rhum martiniquais est un peu dans la lignée du J.M Fumée Volcanique. Il fait partie de la gamme « l'Atelier des rhums ». Il joue sur des notes fumées très

atypiques, obtenues uniquement grâce au travail d'assemblage et de chauffes de fûts réalisés à la distillerie par Karine Lassalle et son équipe. Il fonctionne vraiment bien en cocktails : c'est par exemple une très bonne base en old fashioned, ou bien en highball complété d'eau de coco et de kombucha gingembre. Simple mais efficace.

Prix : entre 42 et 45 € la bouteille à 43%.

PROVIDENCE DUNDER & SYRUP 56%

Côté rhum blanc à utiliser en cocktails, mon choix s'est porté sur cette seconde version du rhum Providence de Haïti produit par Spirit of Haïti (Luca Gargano/Velier/LMDW).

Je recommande ce rhum à mixer en daiquiri ou en Swizzles. C'est hyper funky et hyperaromatique avec une puissance bien maîtrisée.

Prix : 43 € la bouteille de 70 cl à 56%.



ADRIAN NINO ET CHRISTOPHER BELLAIL DU BAR 1802 DE L'HÔTEL MONTE CRISTO



On ne présente plus ces mousquetaires du rhum qui officient au bar de l'hôtel 4 étoiles Monte Cristo. Le duo de choc a lancé sa carte baptisée « Essentiel » le 18 décembre. Un travail de longue haleine pour créer 10 cocktails autour de 10 terroirs.

Le concept : choisir un drink en fonction d'un produit et d'un terroir. Le parfait exemple : l'ananas pour La Réunion avec un rhum Savanna et en utilisant la philosophie du zéro déchet. Certains cocktails changeront selon les saisons. Parallèlement à leur activité au bar, le tandem poursuit ses embouteillages uniques de rhums avec différents partenaires dont Old Brothers.



#3 WONDERS SERIES JAMAICAN RUM, 2011 SINGLE CASK

C'est notre premier coup de cœur : un nouvel embouteilleur indépendant français encore confidentiel. Nous l'avons découvert sur les réseaux sociaux. C'est un rhum de Hampden brut de fût, vieilli 7 ans sous les tropiques. Son profil aromatique est à la fois bluffant et accessible.

Prix : environ 90 € la bouteille de 50 cl à 67,4%. www.swelldespirits.com

PLANTATION RUM CLARENDON JAMAICA, 1994

Parmi la collection du rhum Plantation, c'est l'une des cuvées les plus redoutables. Ce rhum jamaïcain de Clarendon a vieilli 25 ans en fût de bourbon. Ensuite, il a été mûri un an en fût de cognac avant sa mise en bouteille. On est tombé sous le choc de son profil ultratropical avec ses notes de fruit de la passion, d'épice et de bois.

Prix : environ 300 € la bouteille de 70 cl à 65,4%.

RIVERS DE RIVER ANTOINE

Le rhum blanc qui nous a tapé dans l'œil vient de la distillerie River Antoine, sur l'île



de Grenade. C'est la plus vieille rhumerie du lieu, fondée en 1785. Rivers a été embouteillé par la maison Velier et la Maison du whisky. Ce rhum est issu d'une fermentation sans ajout de levure et distillé dans un petit alambic à repasse. On est fan de ses notes super herbacées et fruitées.

Prix : 69,50 € la bouteille de 70 cl à 69%.

Et parmi nos embouteillages au bar 1802 : le Savanna Herr Blanc (High Ester Rum Réunion) à 55%, en collaboration avec Old Brothers. On a l'impression de croquer dans un ananas. C'est bluffant. 15 € le verre de 4 cl.

20-22, rue Pascal – 75005 Paris



KRAKEN STORMY

3cl The Kraken®
Black Spiced
9cl Ginger Beer
1 trait de citron vert

*Servir dans un
verre long drink
rempli de glaçons*



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Concours

APRÈS UNE FINALE EN FORMAT DIGITAL L'AN PASSÉ, LA SOIRÉE DE CLÔTURE RÉUNISSAIT, DE NOUVEAU, CANDIDATS ET JURÉS, À PARIS, EN VUE D'ÉLIRE LE GAGNANT DE LA 6^E ÉDITION. C'EST LE BRITANNIQUE RORY SORRELL QUI A REMPORTÉ HAUT LA MAIN LA VICTOIRE, METTANT AINSI UN POINT FINAL À UNE ÉPOQUE.

.....
TEXTE - LAURENCE MAROT
.....

THE BARTENDERS SOCIETY 2021

LA FIN D'UNE TRILOGIE



UNE NOUVELLE ORGANISATION EN PÉRIODE DE PANDÉMIE

Retenez bien son nom : Rory Sorrell. Il est le premier Britannique lauréat d'un concours qui fait honneur aux cocktails twistés au rhum agricole et au sans-alcool. Ce talentueux barman a été choisi parmi 27 finalistes internationaux de 2021, venus de 10 pays dont pour la première fois la Grande-Bretagne et les États-Unis. « Cette année, les inscriptions ont été légèrement à la baisse, explique Sarah Chambrelan, responsable de l'organisation. Nous avons lancé le concours pendant le confinement et juste avant la reprise du CHR. Le pari était difficile. Pour recruter nos candidats, nous avons organisé le 3 mai, sur nos réseaux sociaux, un masterclass digital, orchestré par notre président Matthias Giroud, accompagné de notre ambassadeur Stephen Martin et du dernier vainqueur, le Lillois Luc Degroux. Dès la réouverture du CHR, nous avons enchaîné les traditionnels masterclass dans différentes villes de France. » Au menu de ce premier masterclass digital : découverte de la thématique « La créativité inspirée

des Grands Chefs », qui clôt la trilogie des tendances culinaires ; les 2 créations gagnantes du barman Luc Degroux ; et un échange constructif, en direct, entre les 3 intervenants et les barmen.

UNE COMPÉTITION EN PLEINE ÉVOLUTION SUR LA TENDANCE « GREEN »

C'est au cœur du restaurant-bar Halle Quatre, dans le XV^e arrondissement à Paris, que les 27 finalistes (18 Français et 9 internationaux) se sont affrontés les 4 et 5 octobre, recettes et shakers en mains, pour relever un défi : misonner les 2 meilleurs cocktails avec et sans alcool sous le signe de la haute gastronomie. La majorité des postulants ont rivalisé de créativité et d'audace. « Nous avons conscience que depuis la première édition en 2016, le niveau moyen a augmenté. Nous avons relevé 2 tendances nettes autour de l'environnement, précise Sarah Chambrelan en accord avec Jean-Louis Denis, directeur commercial hors-domicile du groupe Bardinet-La Martiniquaise. La



première : de nombreux candidats ont utilisé le rhum blanc biologique de Saint James, premier rhum blanc agricole bio à destination cocktail. Un produit respectueux pour l'environnement. La seconde : l'utilisation à 100% d'un produit, de l'écorce à la pulpe. La nouvelle génération de barmen a été très loin sur ce point. Je mets en parallèle le monde du bar actuel avec celui des surfeurs, qui s'est toujours montré très sensible à la préservation de la nature. »

UN GAGNANT VENU SUR UN MARCHÉ PORTEUR, LA GRANDE-BRETAGNE

Pour cette 6^e édition, tous les regards du jury se sont portés vers le jeune Londonien Rory Sorrell qui exerce depuis 4 ans au bar Murder Inc London. « Sa personnalité dotée d'humour et d'un certain sens artistique plus la qualité de ses cocktails ont contribué à sa victoire », précise Jean-Louis Denis qui défriche depuis quelques années le marché UK, plutôt branché rhum anglo-saxon. Depuis une vingtaine d'années, le rhum Saint James est exporté en Grande-Bretagne. Et depuis une petite dizaine d'années, les ventes sur les rhums millésimés et les types Cask s'accroissent. Nous misons aujourd'hui sur le rhum Saint James biologique. » Le peu de connaissances sur le rhum agricole n'a certes pas empêché le jeune Britannique de se lancer dans le concours. « Le concours a été un tremplin pour apprendre davantage sur l'esprit et les saveurs uniques du rhum agricole et pour le travailler en mixologie. Quant aux cocktails sans alcool, j'aime le défi. Il est si facile de compter sur l'alcool pour ajouter de la profondeur aux cocktails ! Si vous apprenez à maîtriser des boissons tout aussi intéressantes sans lui, alors vous pouvez gagner. » Ses sources d'inspiration se sont avérées très originales : « Par rapport à la plupart de mes concurrents, je connaissais moins le monde culinaire, alors je me suis concentré sur des chefs de la cuisine populaire. Je me suis inspiré de films d'animation comme Ratatouille et Kung Fu Panda, en les utilisant comme prétexte pour explorer la cuisine des pays qu'ils représentaient. » Ce barman ne manque pas d'originalité.

LES PERSPECTIVES POUR 2022

Les organisateurs de The Bartenders Society planchent déjà sur la 7^e édition, qui promet de sacrés changements. « Nous avons réussi à attirer dès le départ des talents du bar, révèle Jean-Louis Denis. Nous avons voulu prendre des axes très différents par rapport aux grands concours, qui nous ont permis d'être rapidement identifiés par les barmen, comme la convivialité et le sans-alcool avec une marque de jus. Aujourd'hui The Bartenders Society est devenu une compétition internationale. Nous venons de boucler notre trilogie culinaire et nous allons nous réinventer avec une autre thématique. Nous pensons intégrer une troisième marque aux côtés de Saint James et Caraïbos. » Un scoop à découvrir très prochainement.

RECETTES COCKTAILS DE RORY SORRELL



TIME TO PARTY (AVEC ALCOOL)

INGRÉDIENTS

40 ml de rhum Saint James bio 40°
20 ml de Caraïbos de jus de pêche du verger
25 ml de jus de citron frais
15 ml de sirop d'agave
10 ml de confiture d'érable et de pêche et abricot
2,5 ml de poivre de Timut
1 blanc d'œuf

PRÉPARATION

au shaker



TIME TO CHILL (SANS ALCOOL)

INGRÉDIENTS

75 ml de Caraïbos pêche
50 ml de Caraïbos crème de coco
20 ml de jus de citron frais
20 ml de sirop d'agave
15 ml de confiture d'érable et de pêche et abricot

PRÉPARATION

au shaker

Nouveauté



PLANTATION ET CANEROCK

LES NOUVELLES AVENTURES D'ALEXANDRE GABRIEL

DU CÔTÉ DE LA MAISON FERRAND, L'ANNÉE 2021 S'EST RÉVÉLÉE RICHE EN ÉVÉNEMENTS : CRÉATION DE LA BARGE 166, OUVERTURE DE LA DISTILLERIE EXPÉRIMENTALE CITADELLE, ET NOUVELLE COLLECTION DE RHUMS SINGLE CASKS DE HAUTE VOLÉE. 2022 S'ANNONCE TOUT AUSSI EXPLOSIVE : LE MASTER BLENDER ET SON ÉQUIPE LANCENT UNE MARQUE DE SPICED RUM PREMIUM. UN PRODUIT RÉVOLUTIONNAIRE POUR LA CATÉGORIE !

TEXTE - LAURENCE MAROT



Alexandre Gabriel

UNE NOUVELLE COLLECTION DE RHUMS HAUTE COUTURE POUR BOUCLER 2021

Au début septembre de l'an passé, Alexandre Gabriel, créateur du rum Plantation, nous invite comme chaque année à son bureau, entouré de ses derniers « bébés » expérimentaux. L'objet de notre visite : la découverte de la collection limitée de rum single casks bénéficiant d'une troisième maturation dans des fûts chassés à travers le monde par ce grand expert du vieillissement. Sur la bibliothèque, 12 bouteilles sont alignées. Le master blender est impatient de nous les présenter. « J'ai travaillé sur plusieurs axes, il n'y a pas toujours de thématique. Ces single casks

sont toujours issues de rencontres comme celle avec le brasseur Garrett Oliver, de Brooklyn Brewery. » Lors de cette édition 2021, Alexandre Gabriel a créé à nouveau la surprise pour des papilles audacieuses en s'intéressant aux univers de la bière, du whisky japonais, du pineau des Charentes et des nouveaux vins du Moscatel. Très belle découverte avec ce Barbados 10 ans vieilli en fût de bière américaine Imperial Stout de la brasserie Brooklyn Brewery basée à New York « Ce fût a apporté un élément de complexité mais le rum est complètement là », explique l'audacieux maître de chai. Il a traversé le Pacifique pour créer une autre pépite, cet excellent Fiji 2011 vieilli en fût de whisky japonais Mars Tsunuki

The First à 50% « C'était ma première visite au Japon. Mars est une distillerie très intéressante qui ne fait pas d'assemblage comme la plupart des maisons japonaises. » À la fin de la dégustation, le créateur de Plantation promet de nous revoir en 2022 pour d'autres surprises au parfum de canne à sucre, cachées dans ses placards.

CRÉATION D'UNE MARQUE SUR LE MARCHÉ DU SPICED RUM

Janvier 2022 : coup de fil de la Maison Ferrand pour annoncer un heureux événement : la naissance d'une marque de rum, 23 ans après celle de Plantation. Période de sortie : mars-avril. Elle sera disponible sur les réseaux cavistes et CHR. Le nom de cette pépite exotique : Canerock, premier spiced rum de l'entreprise. Un événement ! Au premier coup d'œil, tout l'oppose à son grand frère : un nom qui swingue, une bouteille tout en rondeur avec des effets de reliefs, et une tortue pour emblème. « Nous avons voulu préserver la philosophie de la maison et notre goût pour les produits de qualité, tout en explorant une nouvelle catégorie, précise Hugo Gargaud, rum marketing manager de la Maison Ferrand. Le succès du spiced rum est récent. Il représente 10% du marché global du rum, dominé par des produits «entrée de gamme». La marque leader est Captain Morgan. Le spiced rum est un produit simple et consensuel avec peu d'ingrédients naturels, tirant entre 35 et 46%. C'est une boisson facile à boire, majoritairement à base de

rum quasi neutre, (distillé en colonne et non vieilli). Tout l'inverse de Canerock ! Notre ambition est de bousculer la catégorie avec un spiced rum de grande qualité, issu d'un terroir noble et infusé aux épices naturelles. Sur ce segment, nous sommes les premiers avec cette approche authentique. » Et La Maison Ferrand dispose d'un sacré talent pour défricher des terrains encore vierges à l'image de la marque Citadelle, premier gin français sur le marché.

METTRE EN LUMIÈRE LA JAMAÏQUE

3 années de recherches et plus de 90 tests ont été nécessaires pour écrire la recette en parfaite adéquation avec les ambitions de la maison : un rum de dégustation de qualité, destiné aussi bien aux néophytes qu'aux amateurs. La base du rum jamaïcain est apparue comme une évidence. « On cherchait un rum de caractère, comme celui de la Jamaïque. Autre détail qui a confirmé notre position : l'île des Caraïbes, connue pour ses épices qui ont fait la renommée de spécialités culinaires comme le Jerk chicken », détaille Hugo Gargaud.

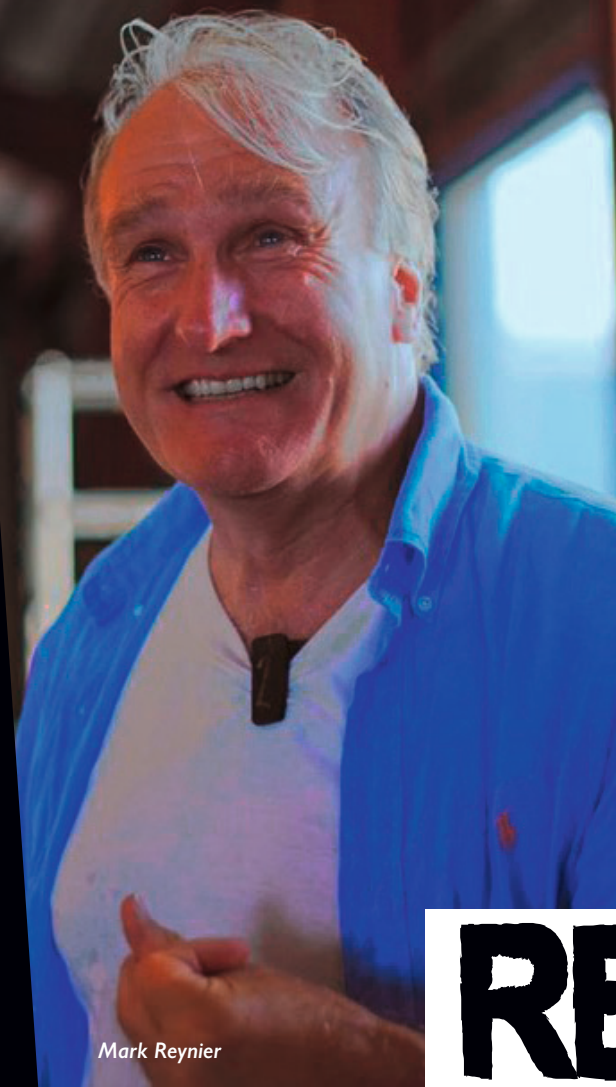


Comme toutes les cuvées de Maison Ferrand, Canerock se distingue grâce à la grande expertise de son maître assembleur, Alexandre Gabriel, qui a fait la gloire du rum Plantation. Quelle est cette fameuse recette qui va conquérir le marché du spiced rum premium ? Hugo Gargaud explique avec passion : « Canerock est un assemblage de rhums de colonne et de

pot still de Clarendon et d'high-ester de Long Pond vieillis entre 5 et 10 ans. Ce sont 2 distilleries mythiques de la Jamaïque, propriétés de la Maison Ferrand, et nous souhaitons mettre en avant nos outils de production. Pour donner tout l'ADN aromatique de ce rum, nous avons travaillé avec de la gousse de vanille naturelle de Madagascar, de la noix de coco des Caraïbes, sans oublier un distillat de gingembre de Jamaïque. Le blend est harmonisé quelques mois dans des fûts de sherry Pedro Ximénez. En bouche, Canerock est le parfait reflet du rum jamaïcain avec une belle finale de coco, d'épices et de gingembre. Les amateurs pourront l'apprécier seul, sur glace ; ou en cocktail avec du tonic et une tranche de citron vert. » Pour mettre en lumière toute l'essence de la Jamaïque dans la bouteille Canerock, l'équipe s'est inspirée du terme « rock », souvent utilisé pour désigner les îles des Caraïbes, et de « Cane » pour la canne à sucre, « un élément essentiel de la Jamaïque et pour la production de notre rum », détaille le spécialiste, qui nous met le focus sur un autre point important et original : l'emblème de la tortue. « Cet animal symbolise la force tranquille et la longévité. Nous avons pris tout notre temps pour créer ce rum et nous l'avons habillé dans une bouteille écoresponsable : le verre est plus léger, l'étiquette est en papier de canne à sucre, et la tortue est réalisée à partir de bois respectueux de la forêt. »

Canerock : 42 € la bouteille de 70 cl à 40%
Fb : Canerock - Insta : Canerockrum

Nouveauté



Mark Reynier



RENEGADE

UN OVNI DANS LE MONDE DU RHUM

TEXTE - LAURENCE MAROT

APRÈS LA CRÉATION DU WHISKY IRLANDAIS WATERFORD, L'ENTREPRENEUR MARK REYNIER SE LANCE DANS LA PRODUCTION D'UN RHUM EXPÉRIMENTAL AVEC UNE NOUVELLE DISTILLERIE HIGH-TECH, SUR L'ÎLE DE GRENADA. SON AMBITION : METTRE EN AVANT LE TERROIR ET LES MÉTHODES DE PRODUCTION ENVIRONNEMENTALES. RENCONTRE AVEC CE GÉNIE DES SPIRITUEUX.

Vous êtes l'un des plus grands connaisseurs du whisky. Depuis combien de temps vous intéressez-vous au rhum ? Aviez-vous déjà en tête de monter votre propre distillerie ?

Appréciation très sympathique de votre part, mais je ne suis pas sûr que ce soit vrai ! J'ai surtout une vision très forte de la façon dont le whisky peut être fabriqué et d'où viennent ses saveurs. C'est grâce à mes activités dans un grand vin de Bourgogne et d'embouteillage indépendant, avec la société de négoce Murray McDavid, que je me suis intéressé au whisky single malt.

Celui-ci a décollé au milieu des années 1980 après que les grandes distilleries ont libéré leurs stocks de fûts suite au krach financier de 1982. Comme les stocks se tarisaient (surtout ceux des années 1960), nous avons cherché une alternative avec des fûts de rhums ayant une rareté et une maturité similaires. Ce que nous avons trouvé était de qualité variable et insuffisante pour les utiliser. J'ai donc entamé une

longue recherche pour acheter une distillerie de rhum, avant de comprendre qu'il me fallait construire la mienne.

Pourquoi choisir l'île de Grenada pour votre première distillerie de rhum ? Connaissez-vous son histoire et son terroir ? Quelles en sont les caractéristiques ?

J'avais exploré le Pacifique et les Caraïbes (l'île Maurice, Fidji, Cuba, Jamaïque...) mais je ne trouvais pas ce que je cherchais. Par chance, mon collègue John Adams m'a proposé de l'accompagner pour une visite à un camarade d'université basé à Grenade. Sitôt l'atterrissage à l'aéroport, j'ai su que c'était l'endroit que je recherchais : la topographie, les gens, l'ambiance... Le seul problème : où était la canne à sucre ? La Grenade était à l'origine sous possession française à peu près à partir de 1640. Après 120 ans de domination française, l'île a été cédée aux Britanniques lors du traité de Paris en 1763. Pendant les 210 années suivantes, elle

a développé une économie agricole substantielle basée sur la noix de muscade, le cacao et la canne à sucre avant son indépendance en 1974. Le tumultueux passé volcanique de l'île a provoqué une extraordinaire superposition de sols, de nature presque bourguignonne. Alors que le lieu était célèbre pour la canne à sucre, la plupart des terres agricoles étaient redevenues en friche après l'indépendance. L'effondrement des sucreries fut l'occasion de réintroduire une canne à sucre « propre », idéalement adaptée au terroir. C'est ce que nous devons faire en premier.

Comme pour Waterford, vous mettez en valeur le terroir local avec Renegade. Cette fois, vous êtes impliqué dans la production de canne à sucre avec 12 fermes et 45 terroirs. Parlez-nous de cette aventure.

Je ne suis pas intéressé par la mélasse. N'importe qui peut s'en procurer, même à Islay... C'est pourquoi

le rhum est omniprésent : partout où il y a raffinage du sucre, il y a de la mélasse. La mélasse peut être comparée au marc, et la canne à sucre au cognac. Le marc est fabriqué à partir du sous-produit de la vinification tandis que le cognac est réalisé à partir de la matière première, le vin. Ce dernier est plus aromatique et plus fidèle au principe du terroir. Fondamentalement, la canne est une plante. À l'instar de la vigne, elle est influencée par le terroir, contrairement à la mélasse.

Pour Renegade, il fallait que ce soit la canne à sucre. Nous avons eu la chance de repartir de zéro avec une canne génétiquement propre. Avec l'expertise de Duncan Butler, consultant spécialisé dans le sucre pour le cabinet de conseil en production et transformation agricole Booker Tate, nous avons développé 6 variétés de canne à sucre des Caraïbes et en avons planté plus de 80 hectares autour de fermes le long de la côte est de l'île. Chaque ferme est subdivisée en un certain nombre de terroirs, influencés par la topographie et le sol. Nous avons la capacité de suivre et de tracer de la canne à la bouteille en passant par la barrique, de sorte que lorsque nous déposons les composants des spiritueux dans une bibliothèque de profils gustatifs, nous savons tout à leur sujet : la technique de distillation, la fermentation, le terroir, la variété, le type de fût, etc.

La distillerie est en activité depuis septembre 2020, c'était en pleine crise Covid. Quels outils de production utilisez-vous ?

Le projet Renegade s'est donc organisé à l'envers. D'abord la culture de la canne à sucre (2016) pour nous assurer de l'intérêt de construire une distillerie (2018). Nous avons eu la chance de repenser comment une distillerie de rhum devrait ou pourrait être construite. Forts de notre expérience en Écosse et en Irlande avec des distilleries anciennes et modernes dans des zones très sensibles sur le plan environnemental, nous avons construit une distillerie à la pointe de la technologie, respectueuse de l'environnement et évolutive. Malgré les embûches, nous avons pu distiller pour la première fois en

septembre 2020. Nous possédons à la fois un alambic moderne à colonne et un alambic traditionnel à repasse à double chambre, tous deux fonctionnant par cuvée. Pour l'étape de fermentation, nous avons mis en place un « wine rack », un système innovant de 12 fermenteurs thermorégulés horizontaux en acier inoxydable. Cette configuration permet des fermentations prolongées pour maximiser l'intensité des arômes naturels de la canne.

En tant qu'entrepreneur et directeur de distillerie, la protection de l'environnement fait-elle partie de vos priorités ? La distillerie mise sur la phytoremédiation. Pouvez-vous nous en dire plus à ce sujet ?

Je ne suis pas un écoguerrier. Je suis un pragmatique et un chercheur de saveurs naturelles, et je reconnais la responsabilité que nous avons d'assurer une harmonie vitale. J'ai été la première personne à fabriquer un whisky à la fois biologique et biodynamique en Écosse et en Irlande. Ma distillerie précédente, Bruichladdich, se trouve dans un site d'intérêt scientifique spécial, tout comme Waterford sur les rives de la rivière Suir. Je suis moi-même agriculteur sur un site d'intérêt scientifique. Pour moi, la responsabilité environnementale est une seconde nature. Après tout, nous fabriquons un produit agricole, c'est bien une expression de la terre ! Il faut savoir qu'il existe 3 sortes de déchets de distillation : la bagasse, la vinasse, et les émissions. Nous avons choisi de recycler chacune de ces parties grâce à des outils modernes. La bagasse est utilisée pour la biomasse via une combustion pour créer de la vapeur pour le fonctionnement des alambics et générer notre propre électricité. La vinasse passe par un processus de sédimentation, de contrôle de la température et d'équilibre alcalin avant d'être libérée pour dépolluer le sol. Et les émissions de la chaudière sont assainies par un système de nettoyage pointu.

Votre rhum a créé le buzz sur Whisky Live. Pouvez-vous décrire les différents millésimes ? Quels sont les plus réussis ? Les barmen souhaitent-ils les transformer en cocktails ?

Nous avons lancé nos premières expressions, les Pre-Cask (avant la mise en barrique), distillés en 2020 et début 2021, pour partager notre concept. Ce sont nos premiers plug and play. Il faut du temps pour optimiser le matériel, trouver notre schéma idéal. C'est un travail d'exploration.

Le New Bacolet et le Old Bacolet sont une comparaison entre 2 terroirs. Le premier, la ferme, est installé sur une pente ensoleillée avec un sol sec. Pour le second, la plantation est localisée sur une terre argileuse. C'est l'une des premières zones cultivées par les Français. J'aime ce travail sur l'histoire et le mélange franco-anglo-saxon. Tout comme l'expression Pearls dont les cannes à sucre ont été plantées sur un terroir volcanique riche en fer. Le Pre-Cask Dunfermline (nom d'une ancienne distillerie) exprime une variété de canne à sucre avec 2 méthodes de distillation : l'un est élaboré à partir d'un pot still, et le second d'un alambic à colonne. Ces rhums vieillissent aujourd'hui dans différents fûts de chêne vierge, américain ou français. C'est intéressant de comparer la maturation tropicale avec l'europpéenne. Ces premiers rhums vieillissent seront lancés en octobre 2022. J'ai hâte de les faire découvrir.

The New Bacolet : 55 € la bouteille de 70 cl à 50%. The Old Bacolet : 55 € la bouteille de 70 cl à 50%. The Pearls : 55 € la bouteille de 70 cl à 50%. Dunfermline Pot Still : 55 € la bouteille de 70 cl à 50% - Dunfermline Column Still : 55 € la bouteille de 70 cl à 55%. renegaderum.com



SES VENTES SONT EN PLEINE ASCENSION. C'EST LE NOUVEAU BUSINESS DES VEDETTES AMÉRICAINES. SES SAVEURS DOUCES DE 100% AGAVE BLEU INSPIRENT LES BARMEN. LONGTEMPS FLANQUÉE D'UNE IMAGE DE SPIRITUEUX BAS DE GAMME, C'EST AUJOURD'HUI LA BOISSON EXOTIQUE EN VOGUE. POURQUOI CE REGAIN ?
BARMAG A MENÉ SON ENQUÊTE.

LA TEQUILA FUTURE CONCURRENTE DU WHISKY ET DU RHUM ?

TEXTE - LAURENCE MAROT

UN MARCHÉ ULTRADYNAMIQUE VENU DES ÉTATS-UNIS



Avis aux amateurs de cocktails qui fleurissent bon le sable chaud et le soleil : le célèbre spiritueux mexicain à base d'agave va booster le moral pour 2022. Les statistiques le confirment. Benoit Combexelle, cofondateur de la société de distribution CBH, qui a lancé dans notre pays la première tequila premium, Patrón, suit attentivement l'évolution de ce marché porteur. « Les ventes sont en pleine croissance : en 2021, 9,4 milliards de dollars au niveau mondial dont 5,8 milliards de dollars aux États-Unis (avant le Mexique). Malgré la Covid, les chiffres ont grimpé de 6,4% en 2020. 70% de la production part à l'export », détaille le distributeur qui poursuit sa conquête du marché, avec 2 marques de tequila : la premium Cenote, et la mainstream Espolón. Ce succès explosif vient, avant tout, d'outre-Atlantique. « Ce phénomène est inscrit dans les changements profonds des États-Unis avec une migration des populations hispanophones vers le pays », ajoute Benoit Combexelle.

LES VEDETTES AMÉRICAINES : LES NOUVEAUX PRODUCTEURS DE TEQUILA

Face à cet incroyable engouement, une vague de vedettes américaines a décidé de miser sur cette source d'investissement. Il faut savoir que l'eau-de-vie mexicaine, distillée exclusivement dans 5 États, réunit de sérieux atouts : une production rapide en alambic dans un pays frontalier ; un vieillissement inexistant (pour la tequila blanco) ; un passage en bois relativement court (la reposado, mois à 1 an ; l'añejo au moins un an et l'extra-añejo, au moins 3 ans). Dès 1996, le célèbre guitariste mexicano-américain Carlos Santana a ouvert le bal avec Casa Noble. Mais c'est l'acteur George Clooney qui a réalisé le coup du siècle en revendant en 2017 sa marque premium Casamigos à Diageo pour



Martha Murguía-Fur

l'astronomique somme de 1 milliard de dollars. « Le fait qu'une star soit derrière une tequila se révèle un vrai gage de qualité », explique Martha Murguía-Fur, ambassadrice de la tequila et promotrice des distillats d'agave mexicains en France. Aujourd'hui la vedette Dwayne Johnson emboîte le pas de son confrère avec Teremana. La première année, l'acteur dit « The Rock » aurait vendu pas moins de 600 000 caisses. On espère voir cette bombe d'agave sur le marché français en 2022.

UN NOUVEAU REGARD EN FRANCE GRÂCE À UNE PREMIUMISATION DU PRODUIT

Du côté de la France, consommateurs et barmen voient la tequila sous un meilleur jour. Qui n'a gardé en mémoire les lendemains difficiles après les soirées « tequila Paf » ? « Nous avons découvert la tequila sous un trait négatif avec des produits coupés, appelés « mixtos », qui contiennent seulement 51% d'alcool d'agave. Ce procédé de fabrication, imaginé par les

producteurs en plein renouveau du cocktail aux États-Unis, permettait de rendre la tequila plus accessible au détriment de la qualité », explique Martha Murguía-Fur. L'arrivée d'un autre spiritueux craft mexicain 100% agave, le mezcal, a permis de redécouvrir la catégorie sous un meilleur jour. « Le positionnement artisanal et haut de gamme du mezcal a été très bénéfique pour la tequila réalisée à partir de 100% d'agave bleu », raconte l'ambassadrice. En quelques années, plusieurs marques premium ont fleuri sur les étagères des bars et des cavistes grâce au travail besogneux d'éducation des distributeurs. « On recense aujourd'hui 1 500 marques de tequila alors que le nombre de producteurs n'a pas augmenté », constate David Miguera, de la société de distribution Mezcal Brothers. Celui-ci commercialise depuis 2 años des tequilas hautement artisanales comme Vecindad (pour les cocktails) et Tequila Siembra Valles (pour la dégustation). Selon Frantz Heitz de Robert, depuis 2018 brand ambassadeur de la marque historique Jose Cuervo produite dans la plus ancienne distillerie d'Amérique latine et présente depuis quelques



Frantz Heitz

années sur le marché français, « la concurrence sur la tequila premium est croissante ». Les solutions pour se démarquer et attirer le marché ? Chez le distributeur Pernod Ricard, la marque Altos, fondée par 2 barmen mexicains et un maestro tequilero, mise sur l'écoresponsabilité. « Notre enjeu est d'avoir un impact positif sur le sol français avec des barmen français en les accompagnant dans un travail écologique sur les cocktails », explique Anna Dupin, brand manager d'Altos.



Pour Casamigos, commercialisée par Maison Villevert Distribution depuis 2019, la marque de fabrication signée George Clooney n'est plus un argument de vente. « On est sorti de l'image mariachi qui collait à la tequila pour un esprit plus californien, « feel good ». Les gens qui consomment du vin nature s'intéressent aux spiritueux craft à base d'agave pour son côté environnemental », explique Jean-Sébastien Melot. Ce brand ambassadeur de la marque depuis 2019 sillonne les routes de France et grimpe les montagnes à la rencontre de la communauté du bar et des cavistes.

Quant à la jeune tequila Volcan de mi Terria, lancée en 2021 en France par le groupe Moët-Hennessy Diageo, elle collectionne les arguments pour allécher les amateurs de jus artisanaux exotiques. Celle-ci a été confectionnée dans sa propre distillerie à partir d'un assemblage des meilleurs agaves de l'état de Jalisco. « Nous avons fait appel au propre savoir-faire de Moët-Hennessy et à



celui de nos partenaires, la famille historique Gallardo. Nous mettons en avant la notion de terroir », détaille Julien Morel, président et CEO de Volcan de mi Tierra.



2 MODES DE CONSOMMATIONS : DES COCKTAILS CRÉATIFS, ET UNE DÉGUSTATION EN SOLO

Pas de doute : pour les bars à cocktails, la tequila fait partie des ingrédients exotiques de prédilection. « À une certaine époque, les alcools à base d'agave étaient uniquement utilisés par les barmen trendies. Je constate aujourd'hui que tous les profils assistent au masterclass de Casamigos », précise le brand ambassadeur Jean-Sébastien Melot.

Margarita, Paloma... les classiques du répertoire cocktail ont bien sûr la cote, mais pour l'ambassadeur de Jose Cuervo, « Les barmen sortent du classique piment, citron vert, sel dans les cocktails. Les marques usent des drinks stratégiques accessibles pour démocratiser la tequila. La grosse tendance est de l'allonger avec le ginger beer ».

Alors où trouver le barman spécialiste de la tequila ? Dans le 2^e arrondissement à Paris, dans un bar-club dissimulé derrière l'enseigne américains Coyo Taco. C'est ici que Ben Tyler, un expert du mezcal, s'est reconverti dans le spiritueux 100% agave bleu. « J'ai mis quelque temps à capter les nuances par rapport au mezcal, plus marqué avec ses notes fumées. Coyo Taco Tequila Club a le plus grand nombre de références à Paris, avec une clientèle jeune très hip-hop. Je propose ici des classiques américains revisités avec de la tequila comme le Sex on the Beach, la Piña colada, le Zombie », détaille le chef barman qui

va faire le buzz pour 2022.

À l'image du whisky ou du cognac, la richesse aromatique de la tequila premium séduit les établissements haut de gamme pour une boisson before ou after dinner. « Depuis 2 ans, nous implantons la tequila artisanale Cenote dans des bars d'hôtels de luxe et dans de belles tables. Elle séduit grâce à son histoire autour des puits sacrés des Mayas, à sa qualité et à son packaging. Ces lieux ont besoin de produits originaux et au caractère affirmé », estime Benoit Combexelle, de CBH. Le distributeur Le Cercle l'a compris en lançant la marque The Butterfly Cannon, qui se distingue avec ses tequilas infusées aux fruits. Bel exemple avec la Rosa Tequila, confectionnée à partir d'une base de distillat infusé aux écorces de pamplemousse rose qui lui confère une belle couleur. La tequila nous montrera-t-elle la vie en rose en 2022 ?





Lucas Maraton (Symbiose à Bordeaux)

MAH SPIRIT

UN SPIRITUEUX INSPIRÉ DU TERROIR INDIEN

IL VA FAIRE GRAND BRUIT AUPRÈS DES BARMEN FÉRUS DE LIQUIDES ARTISANAUX ET EXOTIQUES. SES CRÉATEURS ONT RENDU HOMMAGE À L'UN DES PLUS ANCIENS D'ENTRE EUX : LE MAHUA, DISTILLÉ À PARTIR DE FLEURS.

TEXTE - LAURENCE MAROT

Sa bouteille est ornée d'un animal hybride, tout droit inspiré de la mythologie indienne. Entre un tigre et un éléphant barétant. Son profil aromatique dévoile des notes florales très surprenantes.

À défaut d'être des experts de la distillation, les fondateurs de Mah Spirit connaissent bien la culture tribale indienne. Matias Echanove, urbaniste, et Rahul Srivastava, anthropologue, travaillent ensemble à Mumbai. Alexis de Duca vit en Inde et fait de l'entrepreneuriat social. Tous les trois ont pour points communs l'amour de ce beau pays asiatique et un vif intérêt pour le Mahua, spiritueux historique, interdit à la distribution depuis la colonisation britannique.

Les caractéristiques de cet alcool ? D'abord sa matière première, une fleur très aromatique cueillie sur l'arbre tropical, le Mahua, récoltée par des tribus dans toute l'Inde. Enfin une production réglementée uniquement pour un usage interne. « Le Mahua est un arbre de vie avec l'usage de rituel. Les autochtones ont seulement le droit de produire 5 litres par foyer avec une distillation réalisée dans un alambic rudimentaire à base de plusieurs marmites », résume Rahul Srivastava.

Il y a 3 ans, un projet commun germe autour d'un bon dîner : donner un coup de projecteur sur ce spiritueux ancestral en France en réalisant sa propre cuvée.

« Avant d'être un produit, c'est un projet d'économie rurale et tribale pour des villages menacés par des constructions », précise Matias Echanove. Un quatrième

mousquetaire rejoint l'aventure : Gilles de Labarthe, spécialiste du bâtiment, apprend rapidement les clefs du monde des spiritueux.

LA PRODUCTION DE MAH SPIRIT RÉALISÉE EN CHARENTE

En 2019, les 4 entrepreneurs prennent le parti de produire en France ce spiritueux ancestral indien, à partir d'un savoir-faire cognaçais. « Nous avons bénéficié d'un alignement des planètes en rencontrant la distillerie Royer, qui disposait d'un alambic pour une distillation à basse température. L'outil idéal pour confectionner notre Mahua », commente Gilles de Labarthe, qui a accompagné la distillerie pour le premier batch de 4 000 bouteilles en 2021. « Nous avons importé 4 tonnes de fleurs séchées venues de 6-7 villages car nous ne souhaitons pas perturber leur économie locale. Les fleurs fraîches ressemblent à des prunes jaunes qui sont laissées séchées au soleil. Pour la première étape de production, on laisse fermenter les fleurs pendant 20 jours dans un volume d'eau avec de la levure de vin de cognac. On obtient un vin de fleurs entre 11 et 12%, qui est distillé à basse température sous vide pour obtenir un alcool titrant à 40%. » L'aventure Mah Spirit peut commencer.

UN SPIRITUEUX À DESTINATION COCKTAIL

L'esprit terroir, l'aspect social et l'originalité du

spiritueux ont séduit le gratin des distributeurs de spiritueux exotiques. « J'ai contacté tout de suite Mezcal Brothers parce que son histoire correspondait à la nôtre et qu'il s'agit de distribuer des produits atypiques. Un pourcentage des ventes servira d'ailleurs à aider les villages, ajoute Gilles de Labarthe, qui a déjà reçu les éloges de pointures du bar comme Lucas Maraton, cofondateur du bar Symbiose à Bordeaux. Mah Spirit a été un coup de cœur au niveau de l'histoire de cet arbre sacré et du profil aromatique. Il me rappelle la fraîcheur et la texture de l'arak. Je le travaille en cocktail dans la même ligne directrice qu'un pisco ou un arak. Le premier verre que j'ai réalisé est un Mahua Sour. Le côté citronné matche très bien. J'aime le travailler également en version Chicago Sour avec un top de vin mais aussi en Sazerac avec le bitter Peychaud, qui rehausse la fraîcheur de ce spiritueux. Pour la prochaine carte, j'ai choisi d'utiliser avec Mah Spirit uniquement des produits indiens. Sa recette : un highball épuré qui s'inscrit dans l'air du temps. Il est composé d'hydromel, d'un thé à base de tamarin et de rose pour l'acidité, et d'un top de bière. » À découvrir prochainement au bar bordelais. En février, une pléiade d'événements seront organisés dans différents établissements à Paris et en province pour découvrir tout l'esprit de ce liquide authentique.

Prix : 40 € la bouteille de 50 cl à 40%. www.mahspirit.com



CHANTIER

UN POP-UP AUX COULEURS DU MEZCAL

APRÈS L'HEURE DU SINGE, L'UN DES BARS CULTES TOULOUSAINS, NICOLAS BLANCHARD A REVÊTU SA COMBI DE CHANTIER POUR BÂTIR SON SECOND QG. EN ATTENDANT LA FIN DES TRAVAUX, CE BARMAN ULTRACRÉATIF A IMAGINÉ, ENTRE LES BÂCHES ET LES POTS DE PEINTURES, UN ESPACE ÉPHÉMÈRE FUNKY POUR SE RÉGALER AUTOUR DE LA BOISSON MEXICAINE. EN AVANT LA VISITE !

TEXTE - LAURENCE MAROT



UNE NOUVELLE AVENTURE POUR L'UNE DES PERSONNALITÉS DU COCKTAIL DE TOULOUSE

Attention ! Une tempête se prépare à souffler sur la scène cocktail de la Ville rose, et ce dès le printemps. L'origine de ce cyclone à hauts degrés ? Nicolas Blanchard, l'une des figures du bar toulousain. Après l'ouverture du Fat Cat en 2016, l'ex-chef barman de la Conserverie à Paris a rejoint ses terres natales, avec sa compagne Morgane, pour fonder le bar à cocktails l'Heure du Singe. Rapidement, son dynamisme et sa banane ont conquis les locaux férus de mixtures bien ciselées.

5 ans et une longue période de confinement plus tard, les antennes de Toulousain se sont remises en marche avec un nouveau projet : un établissement bousculant les codes du bon boire et du bien manger

au cœur des Carmes. Son nom ? Tempête. « C'est un bar avec une approche gastronomique orientée sur de la street food asiatique. Pour la partie liquide, nous proposerons des cocktails version on tap, mais aussi des vins nature et de bonnes bières de la région. Et pour une parfaite expertise, nous allons nous former auprès d'une sommelière et d'un biéologue », raconte le perfectionniste Nicolas Blanchard.

CHANTIER, UN BAR ÉPHÉMÈRE DÉDIÉ AU MEZCAL COMME À OAXACA

Encore un peu de patience pour siroter les délicieux cocktails de Tempête. Avant le bouclage des travaux en mars, Nicolas Blanchard et sa compagne ont décidé de monter un pop-up décalé dans les murs de leur local. « Les travaux ne se sont pas arrêtés. Je travaille en sous-marin la journée, et le soir je prends les manettes des platines et des shakers. Pour mettre en place le pop-up « Chantier », on a refait le poste de travail, le back bar et les panneaux acoustiques, mais aussi acheté des meubles chez Emmaüs et donné quelques coups dorés de pinceau pour accueillir dignement la clientèle, précise l'entrepreneur qui a choisi de monter, pour quelques mois, une sorte de Mezcaleria. L'Heure du Singe est le seul bar de Toulouse à proposer des flights de mezcal. Mon équipe et moi aimons beaucoup ce spiritueux exotique riche de 200 variétés d'agave. On trouvait très intéressant de présenter l'écart entre la culture liquide mexicaine et

celle de la food japonaise. » Il s'est associé, pour cette occasion, avec le caviste et distributeur toulousain Bar Spirits, partenaire de Mezcal Brothers, le spécialiste des spiritueux à base d'agave.

UNE OFFRE QUI SENT BON L'AGAVE POUR NÉOPHYTES OU AMATEURS ÉCLAIRÉS

On connaît la précision de Nicolas. Sa carte est loin d'être un chantier. Au menu : la crème des mezcals et des eaux-de-vie d'agave en dégustation bien détaillée : Neta, 4th Rabbit, Kock, Mezcal Union, Cuish, El Destilado, Del Maguey et d'autres pépites confidentielles. Côté cocktail, les créations s'inspirent tout droit de l'univers du bistrot, travaillées avec la maison Mezcal Union. Bel exemple avec le short drink Le Ballon, shaké avec du vermouth rouge, une bonne dose de Mezcal Union et du cordial de betteraves à savourer avec un bento de la cheffe de Tchaco Déli, spécialisée dans la cuisine japonaise, sur des sons disco-funk.

Quelle sera la place du mezcal à l'ouverture de Tempête ? « On continuera les cocktails à base de ce spiritueux à côté d'autres créations », termine Nicolas Blanchard, casque aux oreilles et combinaison de travail de la tête aux pieds. Un Chantier jamais terminé.

22, rue des Polinaires – 31000 Toulouse.



Analogue

LA DURABILITÉ SOUS TOUTES SES FORMES

SON NOM FAIT RÉFÉRENCE À L'ANALOGIE, SOIT LE RAPPORT EXISTANT ENTRE LES CHOSES.

VIJAY MUDALIAR, LE FONDATEUR DE NATIVE (SINGAPOUR), BAR MULTIRÉCOMPENSÉ, S'EST LANCÉ DANS CETTE AUTRE AVENTURE EN FIN D'ANNÉE DERNIÈRE AVEC ANALOGUE. UN LIEU INCITANT AU DÉVELOPPEMENT DURABLE À TRAVERS SON DESIGN, SES PLATS VÉGÉTARIENS ET SES COCKTAILS.

TEXTE - ANTHONY PONCIER PHOTOS - ANALOGUE

UN LIEU POUR L'ÉCOLOGIE

Dans cet espace de 2 200 m², ce qui saute aux yeux c'est le bar au centre dont la réalisation a pris 5 mois. Une gigantesque vague bleu azur imprimée en 3D, à partir de 1 600 kilos de bouteilles plastique recyclées. Au-delà du bar qui nous questionne sur le concept de durabilité, la partie basse de la vague permettra à des personnes à mobilité réduite de s'installer au comptoir. De même les petites tables autour sont-elles conçues à partir de mycélium, une forme de champignon. À l'instar des matériaux utilisés pour les meubles, les ingrédients des cocktails et des plats sont aussi non seulement une réponse locale comme c'était le cas avec Native, mais aussi une vision autour de l'agriculture intensive, qui pose autant de problèmes en local qu'en global. Imaginez-vous remplacer le chocolat par de la caroube, des fèves de Tonka par de la vanille ou de la chicorée par du café. L'idée n'est pas ici de s'appesantir sur la partie d'histoire du lieu, même si les tacos au fruit du jacquier et de la coriandre ou les raviolis à la citrouille vous feront saliver. Parlons cocktails.



DES COCKTAILS POUR SE CONSCIENTISER

Le concept du bar est de s'appuyer sur des substituts respectueux de l'environnement, pour présenter de vieilles choses de manière nouvelle, mais non moins délicieuse. En clair, dépasser le discours du greenwashing ou juste le « pas de paille en plastique ».

Donc les cocktails répondent aux mêmes enjeux que le reste du lieu : amener à réfléchir. Si le réchauffement climatique est une réalité, pourquoi ne pas imaginer un cocktail qui parle de cet enjeu ? Ainsi le cactus, plante symbole de la désertification, est le nom d'un cocktail, à base d'agave comme il se doit et d'aloë vera – important quand le soleil tape dur. De même le cocktail Spirulina renvoie-t-il à l'apport de la spiruline, qui est aussi étudié dans les questions de production

d'énergie. Résultat : un cocktail avec certes du gin, mais surtout de la spiruline et du wakamé. Au-delà des noms de cocktails, toute forme de sucre raffiné est bannie au profit de sucrose naturel tel celui issu du fruit du bouddha.

Pour Vijay et ses équipes, le plus important n'est pas de se poser en donneur de leçons, mais bien de montrer que l'on peut passer un bon moment, avec une autre philosophie, en savourant chaque plat ou cocktail.



CACTUS COCKTAIL

INGRÉDIENTS

- 500 g de Vida Mezcal
- 100 g de distillat de citron vert à base de vodka
- 250 g de fruit du dragon rose
- 250 g de figes de Barbarie
- 150 g d'aloë vera
- 100 g de solution d'acide tartrique
- 100 g de solution d'acide malique
- 150 g d'une réduction de Pasilla à base de xylitol et d'eau (mijotés dans un pot)

Verre avec un rim de sel de Tajin
Tous les ingrédients sont mélangés et clarifiés à la centrifugeuse pendant 20 minutes, avant d'être filtré.



SMOKY JERKEY

INGRÉDIENTS

- 500 g de whisky Suntory
- 100 g de sherry Palo Cortado
- 75 g de sirop d'érable
- 3 g de paprika fumé

Le prémix est fumé avec de la chicorée. Garniture de pleurote en huîtres séchées. Elles sont glacées à l'érable et au sherry, puis fumées au paprika et au poivre noir, puis déshydratées pendant une nuit à 65 degrés.

BARS OUVERTURES

Malgré la période qui reste compliquée, les instigateurs d'ambiance et les vecteurs de convivialité poursuivent leurs ambitions. Pour preuve la naissance d'établissements dans l'Hexagone. Suivez le guide ! **Gérald Dudouet.**



RENNES : LE NOKTAMBÛL, LE CAFÉ-CONCERT DÉDIÉ AU JAZZ ET AUX ARTISTES LOCAUX

Après le bar-salle de spectacle l'Uzine, dernièrement créé à Rennes, la ville voit apparaître un établissement du même acabit : le Noktambül.

Ce café-concert installé dans les murs du feu Mondo Bizarro, bien connu des oiseaux de nuit pour sa

programmation punk-rock a choisi de valoriser le jazz sans oublier les groupes et chanteurs locaux. L'idée : construire un pool d'artistes qui se reliaient au fil des saisons, tout en assurant un rôle de tremplin à même de promouvoir de jeunes pousses désireuses de gagner en reconnaissance. Porté par Gürbüz Gökso, un ancien musicien désormais retraité qui accompagnait des danseurs du conservatoire,

le Noktambül a pour ambition d'accueillir des répétitions ouvertes au public et aussi des expositions. À noter que l'établissement n'ouvre ses portes que le vendredi et le samedi.

Le Noktambül
264, avenue du Général-George-Patton
35700 Rennes

LA MADDALENA : UN BAR À COCKTAILS DANS UNE GALERIE D'ART

Après le Segreto, terrasse éphémère cachée du côté de l'Opéra, l'agence événementielle parisienne Rure a imaginé un concept là encore éphémère baptisé la Maddalena.

Installé au cœur du Marais dans une galerie d'art de 500 m², cet établissement nous invite à une expérience sensorielle d'exception. Au regard chacun peut profiter de l'exposition d'œuvres lumineuses, qui éclairent à elles seules l'espace. Au goût, d'originaux cocktails éveillent les papilles quand des senteurs, imaginés par le parfumeur Diptyque, se diffusent dans l'espace. Bien entendu, pour une immersion des plus exhaustives, la musique est au rendez-vous avec une salle de concert privée. Cette pièce, équipée d'une plateforme circulaire qui n'est pas sans rappeler les années 1970, accueillera des artistes éclectiques. À la Maddalena... déconnexion garantie.

Maddalena - 7, rue Portefoin - 75003 Paris



LE HEIN : LE TAPROOM LILLOIS EST DÉJÀ DANS LA PLACE !

Après avoir inauguré début 2020 sa première brasserie à Saint-André, à quelques kilomètres de Lille, l'équipe de Brique House installe un autre établissement au cœur de la capitale des Flandres.

Dénommé HEIN, l'endroit peut accueillir jusqu'à 200 personnes sur 3 niveaux tandis qu'une terrasse se veut un établissement futuriste alliant taproom, lieu de brassage – avec des cuves installées sur place – et cantine. Ici, les productions locales ont la part belle avec une vingtaine de bières artisanales versées directement via un mur à becs, et des spécialités gastronomiques nordistes revisitées par l'équipe de Brique House. Des jeux, à l'instar d'un baby-foot, sont également de la partie. À noter un troisième opus à venir dans le courant de l'année à la Maillerie, à Villeneuve-d'Ascq, qui se dénommera le « Heavy Toys & Slash Machines » (HTMS).

Affaire à suivre...

Le HEIN - 13, place Saint-Hubert - 59800 Lille

LE DERNIER BAR AVANT LA FIN DU MONDE DÉBARQUE À BORDEAUX

Après Paris puis Lille, l'enseigne le Dernier bar avant la fin du monde pose ses valises à Bordeaux. Située à quelques pas de la place de la Victoire, la marque de fabrication de l'établissement met en valeur l'imaginaire et plus précisément la culture geek, les films de science-fiction, et aussi des œuvres littéraires avant-gardistes.

Il a rapidement trouvé son public. Dans une atmosphère à la fois ludique et futuriste où des dizaines de jeux de société méconnus sont proposés à la clientèle, le Dernier bar avant la fin du monde n'a pas vocation à s'endormir dans son décor.

Ainsi régulièrement, l'établissement propose des ateliers et des concours dédiés à la créativité à l'instar d'apéroboats où les clients viennent présenter des robots conçus par eux-mêmes. En outre, côté boissons, les cocktails inspirés de classiques ont été rebaptisés Poison Ivy, Death Star... en référence à la SF.

Le Dernier bar avant la fin du monde - 17, rue Élie-Gintrac - 33000 Bordeaux



PRENEZ DE LA HAUTEUR AU WINTER SHED, LE ROOFTOP DE L'HÔTEL DES GRANDS BOULEVARDS

Cocktails montagnards, déco hivernale et petits plats réconfortants... Tel est le programme du Winter Shed, le rooftop de l'hôtel des Grands Boulevards, qui ouvre ses portes jusqu'à fin février.

Une aventure dépaysante pour découvrir des cocktails de saison élaborés d'une main de maître par les bartenders du lieu. Parmi eux : le Vieille Branche, servi chaud, à base de rhum, de gingembre et de cannelle ; ou encore le Tout un Foin, à base d'armagnac, de Madère fumé au foin, de citron, de gingembre et de miel ; et aussi une sélection de cocktails sans alcool comme l'Asian Swizzle préparé avec de l'eau de coco, du citron vert, des feuilles de menthe, et du piment d'oiseau. Bien entendu, côté tapas, prendre de la hauteur n'est pas qu'une image. Gravelax de saumon, labneh et huile d'aneth, burrata di bufala et salade d'hiver et pistache s'affichent à la carte.

Hôtel des Grands Boulevards - 17, boulevard Poissonnière - 75002 Paris





BIG EASY : LE BAR À COCKTAILS S'INSPIRE DE LA NOUVELLE-ORLÉANS

Ouvert en décembre 2021 à Lyon, le bar à cocktails Big Easy s'inspire de La Nouvelle-Orléans avec une connotation jazzy clairement assumée. Dans une ambiance feutrée où, accrochés aux murs, se côtoient vinyles et têtes d'affiches intemporelles

de Miles Davis à Louis Armstrong, ce bar à cocktails affiche 6 cocktails signatures à base de gin, de vodka, de tequila, de chartreuse verte, de rhum ambré, de feuilles de roquette, de lait d'amande... Seulement 6 cocktails, mais savamment étudiés qui ont pour particularité d'être associés à des classiques du jazz à écouter par le biais d'un QR Code. Aussi depuis le 2 décembre,

jour de son inauguration, le lieu ne désemplit pas et, telle une adresse qui s'impose dans le paysage lyonnais, le bouche-à-oreille fait si bien son travail qu'il est désormais nécessaire de réserver. The place to be...

**Le Big Easy - 17, quai Romain-Rolland
69005 Lyon**

À STRASBOURG, OUVERTURE DE « 44 CL – DEALER DE BIÈRE »

Avec « 44 cl – Dealer de Bière », Strasbourg accueille une boutique où plus de 400 références de bières en provenance des quatre coins du globe sont vendues majoritairement en canette d'aluminium (44 cl).

À ses commandes Fred et Guillaume sont tous deux des professionnels du secteur. Le premier est bartender et mixologue au Code Bar. Le second a évolué au sein de l'Académie de la bière et a occupé un poste à responsabilités dans une grande brasserie alsacienne. Si la force du lieu réside dans sa sélection de bières en provenance du Danemark, de Suède, du Canada, des États-Unis, qui affichent pour la plupart des designs hallucinants, la collection de spiritueux des 2 acolytes n'est pas à négliger : parmi la cinquantaine de références les amateurs de cocktails retrouveront des rhums, des mezcals, des vodkas, des gins et des eaux-de-vie triés sur le volet. À noter que les bières affichent des prix allant de 2,70 à 24,90 €, avec des produits rares et millésimés.

**44 cl – Dealer de Bière - 3, rue des Bœufs
67000 Strasbourg**



BLITZ SOCIETY

QUAND LES ÉCHECS S'INVITENT AU BAR

Inspirés par la théâtralité et la mixité sociale du jeu, que l'on retrouve dans les rues de New York, les fondateurs proposent un établissement visant à dépoussiérer sa pratique. Un bar ludique où le jazz résonne aux oreilles des joueurs... Visite. G.D.

Installé au cœur de Saint-Germain-des-Prés à quelques pas du Flore et des Deux Magots, le Blind Society, inspiré des clubs new-yorkais, est un bar d'échecs qui vise à démocratiser sa pratique.

Ici, nul besoin de carte de membre ni de licence, pas même d'une passion. Il faut juste de l'envie ! « Depuis le Café de la Régence qui fut à Paris une référence en la matière jusqu'en 1910, les échecs dans la capitale, ne se pratiquaient plus qu'en club, détaille Romain Benhamou, cogérant du lieu. Avec le Blind Society, nous avons souhaité lui redonner de l'accessibilité. Une volonté qui correspond à l'engouement que le jeu suscite, relancé notamment par la possibilité de jouer en ligne et par les confinements, périodes durant lesquelles les connexions se sont par ailleurs envolées. Une renaissance également portée par le succès de la série «Le jeu de la dame», diffusée sur Netflix qui attire désormais un public extrêmement hétérogène. »

Aussi, au sein de ce bar jazzy de 200 m² dominé par un portrait géant de Mikhaïl Tal, champion du monde d'échecs de 1960 à 1961 et champion du monde blitz en 1988, des vedettes croisent des amateurs. Parmi eux, la championne de France Sophie Milliet ou le grand maître Jean-Luc Chabanon mais aussi Théodore, 10 ans, totalement néophyte ou Sofia qui, à 74 ans, n'avait jamais franchi le pas. Des personnalités aux antipodes s'affrontent en face-à-face autour de 27 tables de jeu d'échecs en terre cuite et en bois patiné, qui ne sont pas sans rappeler celles du Washington Square de New York.

CASSER LES STÉRÉOTYPES

Ici, le mode blitz est au cœur de la pratique. « Ce type de jeu est beaucoup moins technique et demande beaucoup moins de théorie, explique Romain. Les parties sont plus rapides – moins d'une dizaine de minutes –, plus ludiques et donc plus accessibles. De plus, cela fluidifie les échanges de partenaires. Au Blitz, l'avantage est de pouvoir venir seul et de rencontrer sur place d'autres joueurs pour s'amuser. Notre volonté, outre de devenir le lieu de référence des échecs, est d'ailleurs de favoriser la mixité sociale en cassant notamment les images stéréotypées qui peuvent se rattacher à ce jeu, notamment qu'il s'adresse à une élite ou que l'intelligence est inhérente à sa pratique. Pour moi, il s'agit avant tout

d'imagination, de projection et par la suite bien entendu d'expérience, mais tout cela s'acquiert et nous sommes aussi là pour ça. »

Tournois à destination des blitzeurs, des enfants, des familles, masterclass... l'établissement ne cesse de programmer des événements avec en projet des cours pour débutants. La partie bar n'est pas en reste avec la volonté pour les responsables du lieu d'y accueillir des groupes de jazz. Première expérience dans les jours à venir. Quoi qu'il en soit, le Blitz a déjà réussi son pari : dépoussiérer un jeu né il y a plus de 15 siècles.

**Blitz Society - 4, rue du Sabot
75006 Paris - www.blitzsociety.fr**



V&B LANCE LES TREMPLINS DE LA MUSIQUE

Afin d'animer ses établissements et de promouvoir des artistes en herbe, la franchise organise, au sein de ses magasins et sur tout le territoire français, un événement qui permettra à 450 artistes de se faire connaître. À la clef l'enregistrement d'un EP et l'opportunité de partager une scène avec Orelsan ou encore Sexion d'Assaut lors du V&B Fest'. G.D.

Outre promouvoir ses bières, ses vins et ses spiritueux auprès du public, le réseau V&B impose son empreinte dans le sport mais aussi dans le domaine culturel. Sponsor du navigateur Maxime Sorel, 10^e du dernier Vendée Globe, l'enseigne avait lancé en 2019, à Craon, en pleine campagne mayennaise, le festival V&B Fest'. Il y avait là des têtes d'affiche à l'instar d'IAM, de Martin Solveig, de Roméo Elvis ou encore d'Alice on the Roof, qui avaient chauffé à blanc 35 000 spectateurs. Démarche réitérée en 2022... avec en option un tremplin musical ! « Depuis 20 ans, nous voulons la convivialité, affirme Antoine Porcher, le DG de V&B. V&B Fest' en est l'image format XXL. D'autant plus que la musique a toujours fait partie de notre ADN. Tout comme la notion d'accompagnement à l'entrepreneuriat avec nos franchisés. Avec les Tremplins de la musique pour mettre le pied à l'étrier à de jeunes artistes, et pourquoi pas, à terme, à les faire entrer dans la sphère professionnelle, nous sommes dans la même démarche ! »

Ouvert à tous les chanteurs, musiciens et groupes en herbe, ce tremplin musical est un concours qui verra les 2 premiers gagnants jouer sur la scène du V&B Fest' les 26, 27 et 28 août aux côtés d'artistes de renom tels Orelsan, Martin Garrix ou encore Sexion d'Assaut. Il s'agit aussi d'intégrer une résidence d'artistes de 5 jours, accompagnés de coach scéniques et vocaux pour préparer ce show. « Pour l'ultime lauréat, le tremplin musical sera aussi l'opportunité d'enregistrer un EP et de passer ainsi de l'ombre à la lumière », s'enthousiasme Antoine Porcher.



450 ARTISTES POUR 150 CONCERTS

Avec ce tremplin, V&B vise aussi la promotion d'artistes locaux, et ce quelle que soit la région puisque les présélections se feront au sein des 150 magasins de l'enseigne. « Avec 3 artistes se produisant dans chaque établissement du 31 mars au 2 avril, ce ne sont pas moins de 450 chanteurs et musiciens en herbe qui joueront devant un public », précise Antoine Porcher. Des saltimbanques qui, après le vote des spectateurs en local et des membres du personnel des V&B partenaires, ne seront plus que 150 à partir du 8 avril. « Par la suite, sur écoute, les équipes du festival en sélectionneront 30, en date du 21 avril. Des candidats qui seront soumis à un jury de professionnels de la musique où figurera Ludovic Larbodie, le directeur du festival Garorock, qui choisira les 6 meilleurs. Des finalistes qui se produiront le 14 mai en live devant ce même jury et 1 millier de personnes. Au terme de cette journée, ils ne seront plus que 2 », détaille Antoine. À noter qu'il faudra s'inscrire sur la plateforme SmartMusicTour, qui met en relation les artistes et les lieux pour se produire sur scène partout en France. Et tous les participants sélectionnés se verront remettre une carte cadeau de 200 €, à valoir au sein des magasins V&B.

Outre le Tremplin musical, le réseau verra l'année 2022 ponctuée par d'autres actualités : l'ouverture d'un établissement à Northampton en Angleterre, et sa participation à la Transat Jacques-Vabre par le biais de Maxime Sorel.

Inscription : www.smartmusictour.fr
Site : <https://vandbfest.fr/tremplin>



AU BISTROK TOUT EST À VENDRE SAUF LE PERSONNEL !

« Tout est à vendre sauf le personnel... koi que » : tel est le concept de cette enseigne à la fois caviste, restaurant... et promotrice de meubles balinais. Née à Toulon en septembre 2018, l'enseigne, dont le quatrième établissement ouvre ce mois à Gap, veut se déployer sur tout le territoire français. Rencontre avec l'un de ses instigateurs, Guillaume Terret. G.D.

À l'origine du Bitrok, Yohann Coyet, 42 ans et Guillaume Terret, 49 ans sont amis de 20 ans, originaires de Toulon. Si Yohann est un pur produit de la restauration, tant au niveau du cursus que des responsabilités occupées, en tant que propriétaire de restaurants à Sanary-sur-Mer, Guillaume n'est pas en reste : il connaît le management et la gestion de centres de profit, compétences acquises à la fonction de directeur de région dans des enseignes telles Kiabi, C&A et Hippopotamus. « L'idée de créer un restaurant-caviste où tout est à vendre sauf le personnel nous est venue lors d'une soirée animée, se remémore Guillaume. Très vite Yohann a pris en charge le front et le back-office, l'élaboration des recettes, la sélection des vins, et le mobilier – que nous avons dessiné ensemble, et faisons fabriquer à Bali, avant de l'importer. Naturellement, j'ai pris à ma charge le management, la trésorerie, l'administration et le marketing. » Porté par une cuisine fusion où la gastronomie allie plats thaï/français, italien/français... et par 50 vins triés sur le volet, dont la moitié proviennent de l'étranger (Afrique du Sud, Argentine, Australie, Californie, Espagne, Hongrie...),

la réputation grimpe vite : l'établissement est situé en cœur de ville, sur une surface de 100 m² et dont le mobilier est donc à vendre. Un succès qui conduit les 2 entrepreneurs à se développer non pas en franchise, mais en licence de marque à Montpellier en septembre 2019, à La Garde en octobre 2020, puis à Gap ce mois.

6 BISTROK PRÉVUS EN 2022

« Aujourd'hui notre priorité reste le déploiement de nos licences de marque, précise Guillaume Terret. Nous sommes d'ailleurs en négociation avec des partenaires possibles à Nîmes, Montélimar... Et nous projetons six nouveaux établissements durant l'année 2022. Puis une dizaine chaque année. » Priorisant des nouveaux partenaires ayant déjà des compétences managériales – puisqu'ils les forment pour le travail en salle et en cuisine –, les créateurs du Bistrok ont établi un droit d'entrée de 9 000 € et une redevance de 5% du CA HT pour s'approprier l'enseigne. Bien entendu les nouveaux venus doivent rester dans la mouvance avec les mêmes meubles, les mêmes surfaces (de 70 à 100 m²), les mêmes

modalités géographiques (cœur de ville), mais avec quelques variantes concernant les mets et les vins. « Sur ces aspects, il leur faut respecter 70% de nos recettes et de nos crus, les 30% restants étant sous leur joug afin de leur permettre de valoriser, par exemple, des vins de leur région ou des plats en lien avec leur terroir... qui restent cependant soumis à notre validation ».

Des modalités qui semblent fonctionner au vu du CA de la marque dont la fourchette oscille entre 400 et 450 mille euros. « Dans les faits, si la commercialisation de mobilier parfait notre signature et notre concept, sa réalité commerciale en matière de business est complètement négligeable », admet Guillaume. Aussi pour donner plus de chances à ce pan d'activité, les 2 entrepreneurs ont profité de la situation sanitaire et des confinements pour lancer une e-boutique, accessible sur sa plateforme en ligne intégralement dédiée à la vente de ces meubles. À la carte : tabouret, chaise, banc, miroir, lampes ou encore vaisselle... lebistrok.com/



LES SPIRITIVES

COCKTAILS ET SPIRITUEUX EN RÉUNION À BORDEAUX

Après sa première édition en 2019, le salon bordelais dédié aux cocktails et aux spiritueux a attendu le moment du come-back. Cette année sera la bonne, avec un retour prévu les 11 et 12 juin au Palais de la Bourse. **G.D.**

À l'initiative de Charlyne Zirah, qui organise depuis une dizaine d'années des événements autour de la dégustation de spiritueux, les Spiritives allient la promotion des producteurs locaux et des bars à cocktails du territoire.

Une manifestation qui avait déjà fait ses preuves en 2019 avec près de deux milliers de visiteurs. « Depuis 2013, la culture cocktail a progressivement investi la ville de Bordeaux, avec l'avènement des bars dédiés à sa cause. Ils sont aujourd'hui plus d'une vingtaine, explique Clément Sargeni, chargé de développement bars-cocktails-spiritueux sur l'événement et instigateur de l'Alchimiste et du Cancan, 2 établissements phares de la culture cocktails à Bordeaux. Dans les années 2015, nous étions plutôt des suiveurs de tendance avec des modes dédiées soit au rhum, soit au gin, soit à la vodka, précise-t-il. Désormais, la région a trouvé ses marques avec, dans l'ensemble des établissements, un éventail de produits (rhum, gin, mezcal, cognac, whisky, vodka...) qui nous a permis de gagner en autonomie et en initiative. » Si le gin a actuellement la part belle avec de nouveaux producteurs à l'instar de la distillerie du Grand Nez ou de la distillerie d'Ort, ceux plus installés, comme la Maison Mounicq, font évoluer leur gamme avec la sortie d'un gin rosé, vieilli en fût de Fronsac ; et un whisky créé avec Aymeric Roborel de Climens pour lequel 3 barriques de son chai, issues de 2 châteaux

bordelais (cépages de merlot, de sémillon et de cabernet-sauvignon) ont été assemblées.

UNE DOUZAINNE DE BARS À COCKTAILS, 70 EXPOSANTS, 6 MASTERCLASS

Aussi les 11 et 12 juin, au cœur du Palais de la Bourse de Bordeaux, plus d'une soixantaine d'exposants partageront leur savoir-faire dans un espace de 1 200 m². Professionnels et amateurs y découvriront plus de 1 000 produits (rhum, whisky, gin, tequila, vodka, champagne, vin, jus, bières...) par le biais de divers contextes. « L'événement concerne 12 bars à cocktails bordelais dont Symbiose, Cancan, Frida, Madame Pang, Apothek, le Domaine de Raba, Bövem, le Papillon, l'InterContinental Bordeaux qui créeront sur place, en live, des cocktails élaborés avec des produits de notre terroir », commente Clément Sargeni. Avec « l'Allée des dégustations », une attention particulière sera donnée à l'alliance mets-spiritueux via la présence d'acteurs locaux de la gastronomie française. « De plus, 6 masterclass, qui se tiendront en petits comités – une vingtaine de places –, offriront l'opportunité aux néophytes comme aux professionnels d'en apprendre plus sur différents sujets à l'instar des cocktails bitters, des whiskys mais aussi des gins avec la Maison Mounicq », ajoute-t-il. Les organisateurs de l'événement espèrent sur les 2

jours 2 500 à 3 000 visiteurs.

Les Spiritives
Place de la Bourse - 33000 Bordeaux
www.spiritives.com



MIXO-TWO LA MACHINE À COCKTAILS MADE IN FRANCE

La machine à cocktails de Time Shaker, auréolée en novembre 2021 par le Trophée de l'Innovation décerné par le Seti de Montpellier (Salon européen des équipements et techniques du tourisme), trace sa route. Mais quelle est la genèse de cet outil à même de concevoir, parmi 300 recettes, un cocktail en 30 secondes ? Rencontre avec son inventeur, Vincent Guilbert. **G.D.**

Fondateur de Time Shaker et amateur de cocktails, le Montpelliérain Vincent Guilbert est parti d'un constat simple, basé sur une étude réalisée par Nielsen. « Aujourd'hui 82% des Français consomment régulièrement des cocktails dont les 3/4 en extérieur, alors que seulement un tiers des débits de boissons en proposent, explicite-t-il. Aussi, pour accompagner les établissements ne disposant ni des compétences techniques ni de barmen aguerris sur cette question, l'idée d'une machine qui pallierait ce manque m'est apparue comme une évidence. » Seulement voilà : commercial de formation et ancien chef d'entreprise d'une société de communication, Vincent Guilbert n'a pas la moindre connaissance technique pour mettre en œuvre son projet. « Je me suis alors entouré d'ingénieurs, d'informaticiens et d'un mixologue qui, après 3 ans de Recherche & Développement et le dépôt de 3 brevets, ont créé la machine », ajoute-t-il. En résulte Mixo-Two qui permet de réaliser un cocktail frais, parfaitement dosé en moins de 20 secondes. Une innovation française unique sur le marché qui peut contenir 20 bouteilles, dont 10 sont conservées au frais à 4 degrés pour réaliser, au choix, pas moins de 300 cocktails. « Si nous avons lancé la machine sur le marché en septembre 2021, le Trophée de l'Innovation qui nous a été remis lors du salon Seti (Salon européen des équipements et techniques du tourisme) de Montpellier nous a permis de gagner en notoriété », constate Vincent Guilbert. Et si pour l'heure Time Shaker compte 150 clients, les demandes aux

quatre coins du pays ne cessent de croître avec en tête de file les cafés, les restaurants, les hôtels et les campings.

120 COCKTAILS PAR HEURE

Selon les ingrédients mis en place, Mixo-Two va proposer différents types de cocktails, notamment les grands classiques à l'instar de la Margarita, du Blue Lagoon, du Sex on the Beach, ou encore du Cosmopolitan... Pour les concevoir, il suffit de positionner les bouteilles et d'utiliser l'interface tactile de la machine pour sélectionner en 2 clics le cocktail désiré. Une fois le verre ou le shaker ajouté, en 20 secondes le tour est joué. Et le breuvage agrémenté de quelques glaçons et d'une éventuelle décoration n'a plus qu'à être servi. « Bien entendu, si diverses recettes sont suggérées, chaque établissement à la liberté d'élaborer ses propres créations, commente Vincent. Nombreux sont d'ailleurs nos clients qui utilisent la machine pour concevoir leur cocktail signature en y ajoutant notamment des alcools locaux. » Techniquement le Mixo-Two permet de réaliser 120 cocktails par heure et de préparer 150 boissons sans être rechargé. Côté entretien, la machine bénéficie en outre d'un programme de nettoyage automatique. « Livraison, installation, formation comprise, elle coûte 10 900 € HT, explicite Vincent. Ensuite, il revient à chacun de nos clients d'établir les prix des cocktails réalisés par le Mixo-Two. Et ils sont extrêmement variables d'une ville ou d'un établissement à l'autre. Sachez que

pour le même cocktail avec les mêmes bouteilles, certains affichent un montant de 6 € quand d'autres le vendent à 26 € ! » Si, pour Time Shaker, l'année 2022 sera consacrée à la commercialisation du Mixo-Two, l'entité planche d'ores et déjà sur un autre projet : une machine à cocktails à destination du grand public, qui verra le jour en 2023.

Site : <https://time-shaker.fr/>



Brèves

MA CONFIANCE, C'EST COMME LES TIMBRES :
ÇA COLLE PAS DEUX FOIS.

Tactiquement, à mon âge il vaut mieux
attendre que les beaux divorcent que
sortir avec les vilains qui restent.

Quand on dit l'argent
ne fait pas le bonheur...
on parle de quelle somme
exactement ?

MESDAMES, CET ÉTÉ, RAPPELEZ-VOUS QUE LES HOMMES AVEC
DU VENTRE SONT CEUX QUI ONT RESPECTÉ LE CONFINEMENT.

Les gens ivres, les enfants
et les leggings disent toujours
la vérité.

À MON ENTERREMENT,
J'AUTORISE LES GENS
À BALANCER
MA COURONNE POUR
SAVOIR QUI SERA
LE PROCHAIN.

SITUATION AMOUREUSE :
J'AI CUISINÉ POUR DEUX, J'AI TOUT BOUFFÉ SEUL !

Si ta bouche embrasse tout le monde, tes baisers n'auront plus de goût.

**AVANT DE MOURIR J'AVALERAI UN SAC
DE GRAIN DE MAÏS... HISTOIRE DE METTRE
L'AMBIANCE AU CRÉMATORIUM.**

COMMENCEZ
LA SEMAINE
SANS MOI,
JE VAIS VOUS
RALENTIR.

FRANCHEMENT SON MEC IL CASSE PAS
TROIS LATTES À UN PLUMARD !

CE N'EST PAS PARCE
QUE JE ME DÉVALUE
QUE JE TE SURESTIME.

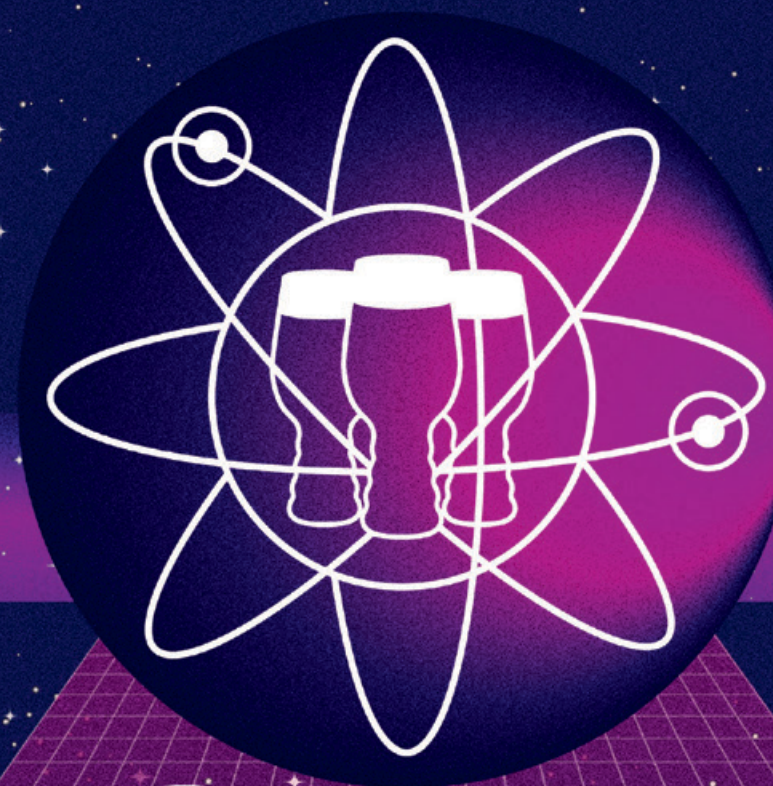
ÊTRE DANS LE VENT
EST UNE AMBITION
DE FEUILLE MORTE.

On n'est pas près de redanser la chenille...

IL FAUT BIEN AVOUER QUE LE CORONAVIRUS
EST LE PREMIER TRUC MADE IN CHINA
QUI FONCTIONNE SI LONGTEMPS...

JE NE MORDS PAS...
SAUF SI ON ME
LE DEMANDE GENTIMENT.

27 & 28 JOURNÉE PRO MARS 2022
PARIS EVENT CENTER
150 EXPOSANTS RÉUNIS



Planète BIÈRE

L'ODYSSÉE

DÉGUSTATIONS • RENCONTRES • INITIATION
ALLIANCES GOURMANDES • CONFÉRENCES • ATELIERS



#PB2022
@Planète_Bière

WWW.PLANETE-BIERE.COM

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



LONGUETEAU

*Maison fondée en
1895*



UN TERROIR, DES HOMMES, UN RHUM.

« La signature d'un grand rhum est indissociable de la relation entre la terre et la canne à sucre »

Francois Longueteau, agriculteur/distillateur depuis 1979,



LA MAISON
DE
L'HÉDONISME

Distribué en France métropolitaine par la Maison de l'Hédonisme : contact@mdhsprits.com

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE. A CONSOMMER AVEC MODERATION.