

The Crafter®

APÉRO, JO ET FÊTE DU PROSECCO : SUMMER IS COMING !

DOSSIER DU MOIS _____

**Liqueurs,
Fruits à la Liqueur,
Eaux-De Vie-de Fruits,
Apéritifs...** 3

Golden Eight 8

**Griottines : quand
le fruit devient Joyau** 12

**La distillerie
de Grandmont** 14

**La fête du prosecco
avec Bottega !** 16

The Fetichist 18

CÔTÉ CAVISTE _____

**Rencontre avec
Romain Verecque,
adjoint chez Olivier
Vins & Compagnie** 21

ACTUS _____

**Les actus Premium Craft
Spirits & Espace Pro** 22

SPIRITUEUX - MIXOLOGIE -
GASTRONOMIE _____

**London Essence,
une approche unique
des Cocktails de l'Été** 25

La Vraie Forêt-Noire 33

Guillaume Gomez 35

L'ŒIL DU PSY _____

**Petite Psychologie de
l'Apéro** 37

LE MENSUEL DE :



PARTENAIRE

**Premium
craft
spirits**

des Hommes • des Gestes • un Partage

ORGANISÉ PAR LES CAVISTES ET POUR LES CAVISTES, LE CONCOURS DU MEILLEUR CAVISTE DE FRANCE EST LE SEUL CONCOURS DANS SA CATÉGORIE ET PERMET DE VALORISER TOUTE UNE PROFESSION.

TOUTE L'ÉQUIPE PREMIUM CRAFT SPIRITS EST FIÈRE DE VOUS ANNONCER SON PARTENARIAT AVEC CE CONCOURS SI PRESTIGIEUX ET AU PLUS PROCHE DES CAVISTES FRANÇAIS !

PLUS DE DÉTAILS À VENIR À LA RENTRÉE DE SEPTEMBRE... L'AVENTURE NE FAIT QUE COMMENCER !



Premium Craft Spirits
MEILLEUR CAVISTE DE FRANCE
ÉDITION 2024
PARTENAIRE DU CONCOURS

**19-21 octobre
à COGNAC**

LAURENT GERRA
— Parrain du Meilleur —
Caviste de France 2024



UN ÉVÈNEMENT
Terre de Vins

ÉDITO

LIQUEURS, FRUITS À LA LIQUEUR, EAUX-DE-VIE-DE FRUITS, APÉRITIFS...

Véritables pépites de notre patrimoine gastronomique, les liqueurs de fruits, de plantes, d'épices, les fruits à la liqueur, les eaux-de-vie de fruits ou bien encore certains apéritifs, amers, vermouths ou anisés, témoignent de procédés ancestraux et extrêmement naturels, destinés à conserver la récolte saisonnière de produits et leurs arômes. Bien avant que ne soient inventées des techniques de conservation plus modernes, telles que l'appertisation, la réfrigération ou la congélation, nos aïeux avaient bien compris tout l'intérêt de préserver la quintessence olfactive et gustative des fruits, des plantes et des fleurs à leur pleine maturité, en les extrayant à force d'infusion, de macération dans du vin ou de l'alcool et/ou de distillation. Ainsi, pouvaient-ils s'en régaler tout au long de l'année.

Rien d'étonnant alors que la Bourgogne ait vu naître la Crème de Cassis où la variété

Noir de Bourgogne a toujours poussé en abondance ou bien encore que la commune de Fougerolles en Franche-Comté, surnommée « le pays de la cerise », soit célèbre pour son kirsch qui détient une appellation d'origine contrôlée depuis 2011 ! Certaines recettes sont multiséculaires et de nombreuses productions s'effectuent aujourd'hui encore de manière artisanale. Fleuron de notre agriculture et de notre patrimoine, ces élixirs recèlent de nombreux secrets et savoir-faire. Nés dès l'Antiquité pour les plus anciens, ces produits et leurs procédés ont traversé les siècles et ravissent encore aujourd'hui nos papilles. Qu'ils soient dégustés purs, à l'apéritif ou en digestif, ils connaissent également un véritable regain d'intérêt à travers la foisonnante scène du cocktail.

Par Rachelle Lemoine



AU FIL DE L'HISTOIRE ET DES TERROIRS

S'intéresser à l'histoire des spiritueux nous ramène inexorablement à celle de la médecine à des époques où ces breuvages faisaient œuvre de médication. Aujourd'hui, qu'ils soient à base de fruits, de plantes ou de fleurs, ils bénéficient le plus souvent d'un fort ancrage régional et tissent des liens très forts avec le monde agricole.

Parmi les origines les plus anciennes se trouvent sans doute la catégorie des anisés. En effet, dès l'Antiquité, l'anis est mélangé au vin et consommé ainsi pour ses vertus médicinales et aromatiques. En témoigne la présence de nombreux alcools à base d'anis sur tout le contour méditerranéen, de l'Espagne au Liban : arak, ouzo, raki, sambuca, pastis...



Vinrent ensuite les liqueurs qui nous renvoient au Moyen-Âge et à l'histoire des ordres monastiques qui naquirent en Europe (bénédictins, chartreux, cisterciens, jésuites...), lorsque les premières furent créées conjointement en France et en Italie. Elles ont été élaborées, consommées et recherchées, là encore, avant tout pour leurs vertus curatives : ouvrir l'appétit, aider à la digestion, calmer la douleur, favoriser la fécondité... Les univers ecclésiastique (monastères, abbayes) et universitaire (facultés de médecine) ont joué un rôle crucial dans leur création et certaines recettes sophistiquées, parfois ancestrales, restent encore secrètes aujourd'hui : 130 plantes, épices et écorces pour la Chartreuse verte créée en 1605, 27 plantes et épices pour la Bénédicte dont la recette date de 1510. L'apparition des eaux-de-vie de fruit a suivi celle des liqueurs et des eaux-de-vie de vin - les premières traces écrites de l'Armagnac remontent au XV^e siècle et au XVII^e siècle pour le cognac avec l'apparition de la double distillation - avec notamment les premiers Kirsch apparus au XVIII^e siècle. En ce qui concernent les amers et vermouths, leur origine est également thérapeutique et ils sont, à la base, très souvent des vins fortifiés grâce à des infusions et macérations de plantes, d'herbes, de racines, d'écorces. Leur consommation plus festive s'est développée à partir du XIX^e siècle et dans la première moitié du XX^e.

UN FORT ANCRAGE RÉGIONAL

À l'origine de ces produits se trouve généralement une ou plusieurs matières premières emblématiques. Par exemple le citron, qui entre dans la composition du limoncello, liqueur traditionnelle italienne. Également la mirabelle de Lorraine dont leau-de-vie du même nom a obtenu une AOC depuis 2015 et le gènepi pour la célèbre liqueur des Alpes. Ou bien encore la gentiane qui pousse à l'état sauvage sur les pentes des volcans d'Auvergne et dont on utilise les racines pour élaborer des apéritifs. Avèze est aujourd'hui la seule marque à y effectuer exclusivement sa récolte et bénéficie ainsi du label qualité Produit du Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne. Ces produits utilisent donc une matière première endémique à la région qui les a vus naître.



Aujourd'hui, la majorité des producteurs se fournissent localement et plus largement sur l'ensemble du territoire français (hexagonal et ultra-marin). Le plus souvent, des contrats avec les producteurs locaux encadrent ces approvisionnements et déterminent les variétés et le niveau de qualité attendu pour l'élaboration des différents produits. Cette qualité des matières premières est en effet indispensable pour répondre aux différentes étapes du procédé de transformation (macération et/ou distillation) dont l'objectif est d'extraire la quintessence des arômes. Ce sont parfois de véritables filières qui sont mises en place, allant de la matière première jusqu'au produit fini, pour répondre aux besoins des produits. Ainsi, en Bourgogne-Franche-Comté, afin de préserver les volumes de production de cassis face au dérèglement climatique, la filière interprofessionnelle « Acteurs du cassis », regroupant l'ensemble des professionnels (producteurs ou transformateurs), a mis en

place un programme d'actions pour préparer l'avenir de la production avec le soutien de partenaires techniques et scientifiques. Dans un même souci de durabilité, les Grandes Distilleries Peureux, situées à Fougerolles dans les Vosges, qui produisent les célèbres Griottines®, griottes sauvages macérées dans une liqueur légèrement kirschée, ont encouragé les producteurs de cerises à replanter des arbres afin de pouvoir être auto-suffisante dans ses approvisionnements de Kirsh de Fougerolles. Un contrat a été signé en 2014 entre l'AOC et les producteurs de cerises pour un programme de replantation de 5 000 cerisiers.

Cependant, pour les recettes de certains produits, il est indispensable d'importer quelques plantes ou épices rares qui ne sont pas disponibles en France ou certains fruits dont le niveau de qualité obtenu sur notre territoire ne serait pas suffisant. Ainsi, pour l'élaboration de sa liqueur Dom Pacello Royal Orange, la Distillerie Massenez effectue une sélection d'oranges de provenance de différents pays (Hawaï, Maroc, Espagne, Turquie, Paraguay...) pour la qualité inégalable de leur maturité. De même, pour son exceptionnelle liqueur de café Djebenah Buna®, elle sélectionne un café d'Éthiopie récolté à 2 000 mètres d'altitude.

Par Rachelle Lemoine



ENTRE MACÉRATION ET DISTILLATION, LES DIFFÉRENTS PROCÉDÉS D'ÉLABORATION DES LIQUEURS

Issus de savoir-faire ancestraux, les procédés d'élaboration des liqueurs peuvent encore aujourd'hui préserver un mode de production très artisanal.

QU'EST-CE QU'UNE LIQUEUR ?

Élaborées à partir de plantes, de fleurs, de fruits, d'écorces de fruits, de certaines racines ou encore d'épices, les liqueurs sont un concentré d'arômes. Ces derniers sont extraits par macération dans de l'alcool d'origine agricole ou d'une eau-de-vie et/ou par distillation, puis additionnés de sucre ou de miel qui joue le rôle d'exhausteur de goût et de conservateur. Second ingrédient fondamental d'une liqueur, le sucre (cristallisé, sirop, miel...) fait l'objet d'une teneur minimale réglementaire de 100 g par litre.



À la base de toute liqueur se trouve un alcool : il peut être neutre d'origine agricole ou une eau-de-vie (marc, cognac, rhum...). L'objectif étant d'extraire la quintessence des arômes des matières premières choisies, deux méthodes d'extraction sont mises en œuvre : la macération et/ou la distillation. Les recettes doivent suivre l'ordre précis de réalisation de ces étapes et la quantité de chaque arôme extrait entrant dans la composition finale. C'est au cours de chacune de ces étapes que s'exprime tout le savoir-faire des grands maîtres liquoristes. Lors de la macération, l'extraction des arômes se fait par un échange entre la matière première et l'alcool. Les matières premières sont mises à macérer dans l'alcool, au sein de cuves de macération, de 24 heures jusqu'à plusieurs mois, selon la matière première utilisée. Quand le temps de macération est terminé, on soutire le jus qui s'appelle alors macérat, infusion, alcoolat... Il existe des macérations

à froid et des macérations à chaud (café, thé...). Cette infusion sert de base à l'élaboration finale de la liqueur. La partie solide qui reste au fond de la cuve est souvent pressée et son jus est ajouté à l'infusion, afin d'extraire le maximum d'arômes.

Lors de la distillation, l'extraction des arômes des matières premières est permise car ces molécules sont souvent les plus volatiles. En chauffant l'alambic, on fait s'évaporer les arômes et l'alcool, qui quittent alors le mélange initial avant de se condenser à nouveau dans une autre partie de l'alambic - froide - et former un « esprit » très aromatique. L'art de la distillation réside dans la qualité des matières premières, le temps de chauffe, la température de chauffe et le savoir-faire des maîtres distillateurs qui savent précisément les arômes qu'il faut choisir pour obtenir les saveurs les plus fines, fruitées ou fleuries. Les principales liqueurs obtenues par distillation sont les liqueurs de graines (anisette, cacao...), les liqueurs d'écorces (triple sec à base d'écorces d'oranges...) et les liqueurs de plantes (menthe).

Par Rachelle Lemoine



LA GRANDE FAMILLE DES LIQUEURS

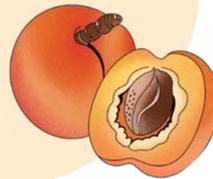
LES LIQUEURS DE PLANTES

De loin les plus anciennes, elles trouvent leurs origines dans la tradition monastique qui les utilisait dans une visée thérapeutique. Elles se composent de nombreuses plantes, parfois complétées d'épices et d'écorces. Parmi les plus célèbres, La Chartreuse et La Bénédicte. La Distillerie de Grandmont en Haute-Vienne réinterprète ses aïeules à travers sa liqueur « Le Chemin des Moines », un élixir complexe (hysopé, verveine, angélique, bourgeon de cassis frais, bois de santal, épices, fleurs des champs...) lustré de rancio et de miel d'amandier. Avec sa liqueur de menthe poivrée, Speakeasy Mentha X Piperita, la distillerie familiale de la Mine d'Or en Bretagne offre une version moderne de ce grand classique par une macération de menthe poivrée fraîche, additionnée d'un sirop de sucre de canne et tonifiée par des accents de menthe glaciale.



LES LIQUEURS DE NOYAUX

Réalisées à partir des amandons de noyaux de fruit, ces liqueurs sont marquées par un goût proche de l'amande et sont généralement infusées avec les amandons de noyaux de cerise ou d'abricot.



LES CRÈMES DE FRUITS

D'une teneur en sucre plus élevée (200 g/l au minimum) qu'une liqueur, ces crèmes se distinguent par leur texture sirupeuse. Elles sont très souvent associées à la France, notamment à travers le célèbre Kir ou Kir Royal qui associe crème de cassis et vin blanc ou champagne. Pour cette dernière, c'est un minimum de 400 g de sucre par litre qui est requis par la réglementation européenne.



LES LIQUEURS DE CRÈME

Souvent associées à l'Irlande où elles bénéficient d'une appellation protégée Irish Cream, ces liqueurs sont un mélange de spiritueux (whisky, rhum...) et de crème fraîche.



LES LIQUEURS DE FRUITS

La catégorie la plus importante qui propose à la fois de très anciens produits et de plus nouveaux. À l'instar d'une confiture, une liqueur de fruits cherche à restituer le goût le plus pur du fruit à partir duquel elle est produite. Pour produire son Limoncino (limoncello), la distillerie italienne Bottega fait infuser des écorces de citron « Femminello », un cultivar très répandu en Italie qui se caractérise par une écorce à grain fin et des huiles essentielles de grande qualité.



LES LIQUEURS DE SPIRITUEUX

Très répandues en Écosse et en Irlande où elles sont élaborées à partir de whiskies auxquels sont ajoutés des épices, aromates, du miel ou autres ingrédients. En France, elles peuvent être également réalisées avec du Cognac, de l'Armagnac ou du Calvados...



Par Rachelle Lemoine

L'ÂME DU FRUIT EN BOUTEILLE OU QUAND LE FRUIT DEVIENT UN PUR ESPRIT



Depuis 2011, les Grandes Distilleries Peureux situées en Franche-Comté ont acquis la distillerie alsacienne Massenez. Deux entreprises qui ont fondé leur histoire de liquoristes et distillateurs autour de la production fruitière de leur région respective dès le XIX^e siècle. Un riche passé qui ne les a pas empêchées d'être visionnaires et de perpétuer un esprit d'innovation gravé dans leur ADN.

Fondées toutes les deux dans la seconde moitié du XIX^e siècle - 1864 pour les Grandes Distilleries Peureux à Fougerolles et 1870 pour la Distillerie Massenez dans le Val de Villé - ces deux sociétés ont chacune bâti leur renommée sur un produit emblématique : les Griottines pour la première, petites cerises à la liqueur délicatement kirschée ; l'eau-de-vie de framboise sauvage pour la seconde. Visant d'emblée l'excellence pour leurs produits, ces deux entités étaient destinées à se réunir afin d'unir leur talent au service de produits élégants et raffinés, tout aussi respectueux de savoir-faire traditionnels que modernes dans leur approche.

UN ESPRIT D'INNOVATION PERMANENT

À la tête des Grandes Distilleries Peureux dès 2002, Bernard Baud prend la présidence du groupe après l'acquisition et insufflé une vision du marché des spiritueux dynamisée par l'émergence de nouveaux profils de consommateurs. Dès lors, l'innovation sera le maître-mot et la Distillerie Massenez en sera le laboratoire. En 2016, premier fait d'armes avec Garden Party* ! Ce n'est plus du verger qu'est venue l'inspiration mais du potager, avec une collection inédite d'eaux-de-vie et de liqueurs de légumes et de plantes : concombre, piment d'Espelette, cèpe, ail, basilic, thym, tomate séchée... En spray et en bouteille, elles vont faire le bonheur des mixologues et des chefs qui les utilisent pour sublimer leurs recettes. La même année, la liqueur de poire Golden Eight* est lancée. Mariage subtile entre une liqueur de poire inspirée d'une recette de Mr Massenez que sublime une eau-de-vie de poire de plus de 8 ans d'âge, elle est le fruit d'un travail d'équipe entre Maître Distillateur et Maître Liquoriste. Son intense parfum de poire s'exprime tout en rondeur grâce aux notes de vanille et de caramel, avec persistance et volupté. Elle devient rapidement un des best-sellers de la maison Massenez et porte haut ses couleurs dans sa magnifique carafe en forme de poire aux lignes très contemporaines. En 2020, à l'occasion des 150 ans de la distillerie, une nouvelle création rend hommage aux premières orangeries royales de France créées par Dom

Pacello à la Renaissance. Ce moine jardinier-botaniste a implanté la première orangerie royale au Château-Gaillard à Amboise. Issue de différentes étapes de macération et de distillation, la nouvelle liqueur Dom Pacello Royal Orange* signée Massenez, concentre tous les parfums de l'orange. Grâce à un savant mariage d'origines, de zestes séchés et frais, d'oranges douces et amères et à un assemblage subtil des différents distillats, celle-ci dévoile une extraordinaire complexité aromatique. Elle est assemblée avec le cognac Ile de Ré Double Maturé de la Maison Camus qui vient contrebalancer les notes sucrées de l'orange. En 2023, la liqueur de café est sublimée à travers une nouvelle création, Djebenah Buna*. Pour son élaboration, la Maison Massenez a confié la recherche d'un café d'exception à Vincent Ballot, Meilleur Ouvrier de France Torréfacteur 2018. C'est dans le Sud-Ouest éthiopien, au cœur d'une forêt protégée à 2 000 mètres d'altitude qu'il a trouvé un fruit rare : un grand cru aux notes de fruits rouges. Après avoir été torréfié pour exprimer tout son arôme, il est en partie macéré dans le l'alcool surfin et en partie distillé. Le mariage de ces deux expressions permet de magnifier les saveurs pour donner naissance à une liqueur unique dans un flacon tout aussi exceptionnel. De leur côté, Les Grandes Distilleries Peureux ont lancé, entre autres, Pvrple Gin, un gin issu de la distillation de multiples plantes et graines dans lequel sont ajoutées quelques Griottines au moment de son conditionnement. Cette singularité le dote d'une légère coloration pourpre et d'une note acidulée qui lui apporte un relief incomparable.

UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL

Cette stratégie d'innovation permet au groupe d'affirmer sa légitimité dans le monde des spiritueux, mais aussi dans l'univers très prisé des cocktails, avec de fidèles partenariats dans la gastronomie et la mixologie contemporaine. En 2023, un dîner de gala organisé dans les chais de la distillerie Massenez a réuni tous les chefs étoilés, français et européens, partenaires de la maison. Ses eaux-de-vie, crèmes et liqueurs de fruits, symboles de l'excellence à la française, sont présentes dans les plus beaux établissements du monde à travers plus de 100 pays et participent au rayonnement du groupe à l'international, notamment aux États-Unis, en Asie et en Australie. Dans ce dernier pays, reconnu actuellement pour le dynamisme de sa scène cocktails, la qualité de ses liqueurs y est particulièrement appréciée et mise en avant lors de compétitions internationales.

Par Rachelle Lemoine

GOLDEN EIGHT

Les liqueurs sont une composante essentielle du patrimoine des spiritueux français. Depuis le XVIII^e siècle, de grandes maisons de liquoristes œuvrent à la confection de produits dont l'excellence est reconnue internationalement (plus de la moitié de la production est exportée). Cependant, à la différence de grandes liqueurs françaises à base d'oranges amères ou de végétaux, la poire Williams ne disposait pas encore d'un grand nom. C'est désormais le cas avec Golden Eight par la Distillerie Massenez.

MASSENEZ, UNE DISTILLERIE HISTORIQUE PORTÉE PAR L'INNOVATION

C'est en 1870, à Dieffenbach-au-Val, en Alsace - une région dont l'excellence en matière de distillation des eaux-de-vie n'est plus à démontrer - que la Distillerie Massenez voit le jour. La notoriété de cette maison familiale arrive dès 1913 grâce à son inégalable eau-de-vie de framboise sauvage, dont la célébrité s'étend alors jusqu'à la cour royale de Suède. Peu à peu, Massenez se déploie à l'export bénéficiant d'un Ambassadeur de choc pour la gastronomie - Monsieur Paul Bocuse -, et des plus grands noms de la mixologie, plébiscitant la marque pour la qualité exceptionnelle de ses liqueurs.

En 2010 a lieu un rapprochement stratégique entre deux distilleries de renom : Grandes Distilleries Peureux et Massenez, avec une profonde conviction commune, celle que le savoir-faire doit aussi savoir surprendre. Une première révolution intervient en 2016, lorsque Massenez inaugure une gamme de liqueurs et d'eaux-de-vie de légumes et de plantes, à destination des bartenders et des chefs cuisiniers, nommée "Garden Party" - une première mondiale et une prouesse du Maître Liquoriste et du Maître Distillateur, pour offrir des produits 100% naturels et dans l'air du temps. La même année, la Distillerie Massenez poursuit son parcours, toujours sous le signe de l'audace, en proposant sur le marché une exceptionnelle liqueur de poire Williams - catégorie jusqu'ici injustement dépourvue d'une grande signature : Golden Eight.



LA SOMME DU SAVOIR-FAIRE UNIQUE DES MAÎTRES DISTILLATEURS ET LIQUORISTES DE LA DISTILLERIE MASSENEZ

Cette nouvelle création réunit l'ensemble des expertises de cette vénérable institution dans un seul flacon. D'abord, celle des Maîtres distillateurs qui ont élaboré les eaux-de-vie de poire Williams à la base de cette recette, avant de choisir parmi les plus exceptionnelles d'entre elles - d'un minimum de huit ans d'âge - afin de réaliser un assemblage exprimant, à la fois, la rondeur, la pureté du fruit et le floral. Ensuite, celle des maîtres liquoristes - forts de l'expérience d'une maison de près de 155 ans - qui ont œuvré à sublimer cet assemblage harmonieux avec une note de vanille et l'ajout

d'une touche de véritable caramel, obtenu par le sucre fondu, pour transformer l'ensemble en une liqueur d'une infinie gourmandise, tout en lui conférant un équilibre d'une remarquable fraîcheur. Quelques secrets aromatiques jalousement gardés viennent, enfin, compléter cette recette unique.

Véritable écrin, une magnifique carafe en forme de poire, appartenant à la Distillerie Massenez depuis les années 1960, a été remise au goût du jour pour accueillir dignement cette liqueur d'exception, qui a déjà remporté de nombreux prix internationaux lors de concours prestigieux (Concours Mondial de Bruxelles - Spirits Selection, International Wine and Spirit Competition de Hong-Kong et Londres...).

Golden Eight est l'une des liqueurs les plus primées au monde, et ce en seulement 8 ans d'existence... une liqueur devenue culte !

INFORMATIONS PRATIQUES :

Golden Eight sera disponible dès juin en format magnum de 1,5 L. Une info qui va ravir les fans de cette liqueur emblématique ! La famille Golden Eight se composera donc de six formats, de 3 cl à 1,5 L. Le format « baby » de 20 cl est idéal pour découvrir ou faire découvrir cette liqueur d'exception, alors que l'option classique de 70 cl, dans la fameuse carafe iconique en forme de poire, comblera les amateurs déjà initiés à cette création de la Distillerie Massenez. Pour finir, ajoutons que dès son lancement, la mignonnette Golden Eight est présente sur les vols d'Air France, lui conférant ainsi un véritable rôle d'ambassadrice du savoir-faire et de l'excellence française en matière de goût.

GOLDEN EIGHT SE PRÊTE AUTANT À LA DÉGUSTATION QU'À L'ART DU COCKTAIL

Un rituel de dégustation permet de profiter pleinement des qualités exceptionnelles de cette véritable liqueur de dessert (titrant à 25%). Cependant, il convient de respecter certaines règles, au risque de dénaturer l'expérience :

ainsi, éviter la consommation à température ambiante, au profit d'une dégustation sur glace ou frappée. Le choix du verre importe lui aussi, avec une préférence pour le verre à whisky, dont la forme - particulièrement lorsque le col est plus étroit que la base - est idéale pour en exhiler la pureté du fruit et révéler tous les arômes de la poire Williams, assortis des notes pâtisseries de vanille et de caramel, mêlées à la pâte d'amandes, sur un fond acidulé.

Les amateurs de cocktails - de plus en plus nombreux aujourd'hui - sauront, quant à eux, également trouver en Golden Eight un allié des plus précieux ; la qualité des ingrédients étant l'une des clés de la mixologie, notamment pour revisiter quelques classiques comme le Golden Passion composé de 2 cl de gin, 2 cl de Golden Eight et 8 cl de jus de fruits de la passion. Santé !

Par Rachel Lemoine



PALMARÈS GOLDEN EIGHT

MÉDAILLES 2016			MÉDAILLES 2017	
MÉDAILLE 2018			MÉDAILLES 2019	
MÉDAILLE 2020			MÉDAILLES 2021	
MÉDAILLE 2022			MÉDAILLE 2023	

PODIUM DES MARQUES

DISTILLERIE DE GRANDMONT
TRIPLE SEC CURAÇAO BLANC
70 cl - 40% vol.

DISTILLERIE MASSENEZ
DJEBENAH BUNA
70 cl - 25% vol.

DISTILLERIE DE MONACO
L'ORANGERIE
50 cl - 30% vol.

AVEZE
100 cl - 18% vol.

CORSIERI DEL PALIO
RICETTA TRADIZIONALE BIANCO
75 cl - 16.5% vol.

BOTTEGA
PISTACCHIO LIQUORE
50 cl - 17% vol.

LEJAY
CRÈME DE CASSIS DE DIJON
NOIR DE BOURGOGNE
70 cl - 20% vol.

Premium Craft Spirits

DISTILLERIE MASSENEZ
LIQUEUR FRUITS DE LA PASSION
70 cl - 20% vol.

SAINT JAMES
RHUM ARRANGÉ BANANE
FLAMBÉE & VANILLE BOURBON
70 cl - 35% vol.

SWELL DE SPIRITS
#1 SWELL DE GRANDMONT LIQUEUR + RUM
(PORTE DE LA VOÛTE + BELIZE 2008)
50 cl - 48.4% vol.

LICOR 43
HORCHATA
70 cl - 16% vol.

THE FETICLIST
PORNSTAR MARTINI
70 cl - 16.5% vol.

SPEAKEASY
LIQUEUR MENTHA
70 cl - 24% vol.

DISTILLERIE DE MONTRÉAL
ROSEMONT - SUREAU DE MONTRÉAL
70 cl - 23.5% vol.



GRIOTTINES :

QUAND LE FRUIT DEVIENT JOYAU

Dans le paisible village de Fougerolles, en Haute-Saône, une tradition vieille de plus d'un siècle et demi perdure au sein des Grandes Distilleries Peureux. Fondée en 1864 par Auguste Peureux, l'entreprise familiale a su traverser les époques en conservant son savoir-faire artisanal, tout en se hissant au rang des références mondiales dans le domaine des liqueurs et spiritueux. Au cœur de sa production, les Griottines, ces délicieuses griottes sauvages dénoyautées et macérées dans une liqueur légèrement kirschée, incarnent à merveille l'excellence et l'authenticité de cette Maison.



LE FIL COUSU DE ROUGE DES DISTILLERIES PEUREUX

Fortes de 160 ans d'histoire, cette maison artisanale, avec un héritage bien plus que centenaire, perpétue son histoire avec passion et dévouement grâce à l'engagement remarquable de ses équipes. Reconnues comme un fleuron du patrimoine régional, les Grandes Distilleries Peureux incarnent la quintessence du savoir-faire français, tant sur le marché hexagonal qu'à l'international.

Dès ses débuts, sous la houlette d'Auguste Peureux, la maison se distingue par la qualité de ses produits, suscitant l'admiration des visiteurs lors de l'Exposition universelle de Paris en 1900. Pionnier dans l'exportation de ses absinthes et spiritueux à base d'anis vers l'Afrique du Nord, Auguste Peureux se forge une belle réputation, consolidée par sa persévérance et, surtout, son sens aigu des affaires.

Au fil des années, la cerise devient l'emblème incontesté des Grandes Distilleries Peureux, prenant le relais lorsque l'absinthe est interdite en France en 1915. La période des Trente Glorieuses voit ainsi l'essor du guignolet Peureux, une liqueur sucrée, obtenue par la

macération de cerises et de griottes dans une fine liqueur au kirsch. Animée par la vision audacieuse de Claude Peureux, descendant d'Auguste, l'entreprise explore de nouvelles voies pour sublimer le potentiel des cerises. Ce dernier, trouvant qu'il est bien dommage d'utiliser ces belles cerises pour en faire simplement du jus pour son Guignolet Kirsch.

En 1968, Claude Peureux recrute Pierre Baud, ingénieur de formation et père de Bernard (l'actuel Président, ndlr). La mission qui lui est confiée semble ardue : extraire le noyau des cerises sans altérer leur chair et leur saveur... En d'autres termes, ne pas en faire de la confiture. Après maintes recherches techniques, le Graal est trouvé en Yougoslavie, non pas avec une nouvelle machine de dénoyautage, mais avec la découverte de cerises rondes au goût intense et au noyau parfaitement dénué d'adhérence.

DANS LES BALKANS, UN VERGER DE 200 HECTARES DÉDIÉ À GRIOTTINES

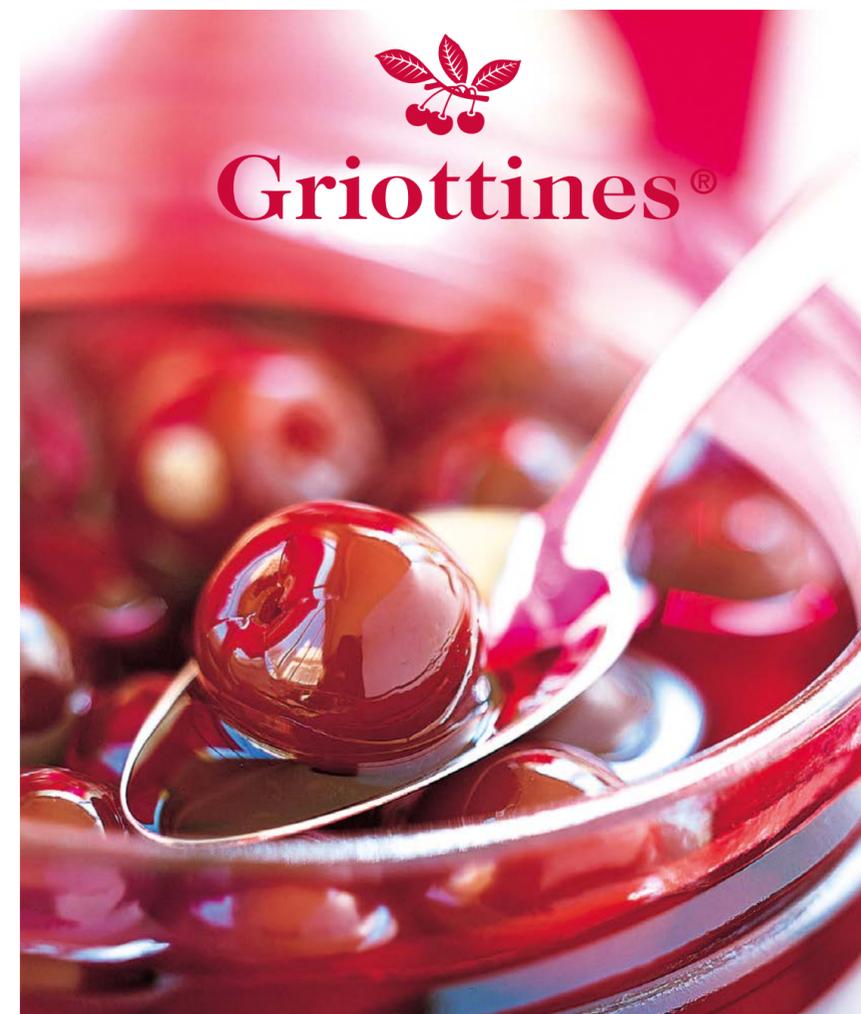
Originaires des Balkans donc, ces petites griottes nommées « Oblachinska » sont soumises à un processus méticuleux dès leur récolte. Triées à la main, lavées puis immergées dans des fûts remplis d'une liqueur conservatrice directement importés de Fougerolles, le travail du distillateur et de l'agronome débute bien avant la pleine maturité des fruits. Dès la floraison des premiers griottiers sauvages, un suivi attentif est de mise : l'irrigation influence le calibre des fruits tandis que l'ensoleillement influe sur leur teneur en fructose.

Cette variété de griottes « Oblachinska », aux saveurs uniques et à la consistance toute particulière, ne poussant que dans les Balkans et plus particulièrement en Serbie, les Grandes Distilleries Peureux vont déterminer des zones de plantation sur place pour y développer leurs propres vergers. Ainsi, sur des parcelles choisies, plus de 200 hectares de griottiers vont être plantés dans les années 1990-2000. Evidemment, ceci ne sera pas sans conséquence sur tout le volet logistique de cette véritable aventure !

À pleine maturité, généralement autour d'une quinzaine d'années, un cerisier peut produire entre 30 et 40 kilos de griottes sauvages, cueillies à la main. Cette récolte minutieuse est exclusivement effectuée par un personnel spécialement formé, veillant à ce que les fruits soient récoltés sans queue, non pas par coquetterie mais pour préserver leur qualité.

Au fil des trente dernières années, les Grandes Distilleries Peureux ont perfectionné la culture des griottiers et leur récolte, permettant aujourd'hui de récolter ces précieuses billes rouges en seulement trois semaines, période où les fruits sont à leur maturité optimale. Une fois cueillies, les griottes sont acheminées vers un centre de collecte proche des vergers, où elles subissent un premier nettoyage. Pendant le tri, seules celles dont le diamètre se situe entre 14 et 20 mm sont retenues.

Les Oblachinskas sont ensuite rapidement plongées dans des fûts de liqueur, provenant directement de Fougerolles, pour une première macération. Cette étape cruciale doit être réalisée au plus tard six heures après la récolte afin de préserver au maximum les arômes et les qualités physiques des fruits. Durant leur retour vers les Grandes Distilleries Peureux, les griottes échangent subtilement avec la liqueur contenue dans le fût, par un processus naturel d'osmose, enrichissant ainsi leur saveur et leur caractère. Osmose qui se poursuivra de longs mois à la distillerie.



UNE RECETTE UNIQUE ET INÉGALÉE, AVEC SECRETS ET TOUR-DE-MAIN

Une fois l'osmose totale entre le fruit et la liqueur, le Maître Liquoriste prend le relais. Les griottes sont soumises à un nouveau tri et à un calibrage drastique pour séparer chaque griotte au millimètre près de 14mm à 18mm, puis arrive une étape cruciale : le dénoyautage. Cette phase délicate est l'une des plus critiques pour le fruit, qui risque de se déchirer lors de l'expulsion du noyau – le fameux « effet confiture » que l'on souhaite éviter...

Cette phase minutieuse est réalisée avec une précision chirurgicale grâce à une machine conçue sur mesure. L'entreprise franco-comtoise a perfectionné au fil du temps un outil de travail unique, net et précis, capable de positionner chaque cerise une à une et d'extraire le noyau par la cicatrice d'insertion du pédoncule. Le fruit, dépourvu de sa graine, reste ainsi immaculé.

Les griottes dénoyautées subissent alors plusieurs macérations successives, orchestrées par le Maître liquoriste, qui en détermine leur composition, nombre et durées, s'appuyant sur un savoir-faire et des secrets hérités de

génération en génération. À chaque étape, le fruit s'imprègne de nouveaux parfums, jusqu'à la dernière macération qui apporte la touche finale si caractéristique de Kirsch ; qui confère aux griottes leur appellation définitive de Griottines ! Une fois cette étape franchie, le mélange de fruits et de liqueurs, titrant alors 15°, est prêt à être conditionné.

Le coffret des Griottines, d'un rouge intense est d'une élégance folle : il se présente comme un carré parfait, lisse et moderne. Arborant une teinte rouge éclatante, il joue avec les transparences, révélant une forme sphérique qui rappelle à la fois la rondeur du monde et celle du fruit. Les reflets métallisés et la paroi de verre, d'une pureté remarquable, mettent en valeur la beauté naturelle des Griottines. Le plaisir des yeux avant celui des papilles, en somme.

UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL

Ces "petites billes rouges" sont devenues les ambassadrices du savoir-faire français, dans le monde entier. S'appuyant sur deux recettes emblématiques que sont la Forêt Noire et le bonbon chocolat à la cerise. Ainsi, les artisans chocolatiers, pâtisseries,

boulangers mais aussi les traiteurs et autres artisans de la gastronomie se sont emparés de Griottines et lui ont conféré son rayonnement à l'international. Plus récemment, la marque s'est développée de façon spectaculaire chez les cavistes et épicerie fines pour le plus grand bonheur des consommateurs. Leur utilisation comme *garnish* dans des cocktails classiques tels que l'Old Fashioned et le Manhattan en fait un ingrédient extrêmement apprécié des bartenders du monde entier.

Autre succès, le Kir, incarne l'élégance et le raffinement à la française à travers le monde depuis décennies. Cet apéritif emblématique, née de l'imagination du maire de Dijon, Félix Kir, dans les années 1940, marie le Bourgogne Aligoté à une touche de crème de cassis. Classique intemporel de la mixologie française, on lui préfère sa version Kir Royale, plus contemporaine, où le Champagne rencontre quelques Griottines et sa liqueur. Symbole de célébration et de sophistication, il est l'apéritif idéal tant la simplicité de sa préparation cache une complexité subtile de saveurs : la fraîcheur pétillante du Champagne se marie parfaitement avec la douceur fruitée et légèrement acidulée des Griottines. Une jolie présentation visuelle qui donne envie de déguster sa coupe avant de se délecter des petites cerises.

Ce rayonnement international est tel que, même au Japon, la célèbre marque écossaise de whisky The Macallan a récemment lancé une campagne publicitaire mettant en avant son 12 ans d'âge, servi sur glace et accompagné de... Griottines.

Par Sébastien Foulard

DES CERISES ET DES COCKTAILS

Les cerises sont utilisées dans les cocktails depuis des siècles, à la fois comme décoration et comme agent aromatisant. Au début de la culture des cocktails, les cerises étaient souvent mélangées à du sucre et à du vin - ou du brandy - pour créer une boisson sucrée et fruitée. Avec l'évolution de la culture des cocktails, les cerises sont devenues un *garnish* courant pour les boissons à base de whisky, en particulier le Manhattan et l'Old Fashioned.

Au milieu du XX^e siècle, les cerises sont devenues un élément populaire des cocktails de style tiki, qui font souvent appel à des fruits et à des éléments tropicaux. Aujourd'hui, les cerises sont encore couramment utilisées dans de nombreux cocktails classiques et modernes, ajoutant une saveur sucrée et acidulée, ainsi qu'une touche de couleur aux boissons.

LA DISTILLERIE DE GRANDMONT

REDÉCOUVERTE DES SPIRITUEUX D'ANTAN À TRAVERS L'HÉRITAGE ET L'ARTISANAT



La Distillerie de Grandmont est une marque ombrelle sous laquelle se logent les produits de la grande culture des apéritifs et digestifs français. L'ancrage en Haute-Vienne – Limoges fût la capitale des distilleries au XIXème et début XXème – est un gage d'authenticité et de qualité. Elle a pour projet un voyage dans le passé par des jus authentiques fait comme à l'époque et des contenants « old school » qui en sont le reflet.

En s'inspirant d'un lieu chargé d'histoire, la Distillerie de Grandmont réinvente de manière

artisanale des spiritueux anciens, redonnant vie à des trésors oubliés, qui témoignent de l'excellence des hommes, de leur savoir-faire et des terroirs dont ils sont issus.

Avant d'ouvrir la Distillerie de Grandmont en 2018, Karim Karroum s'était déjà imposé comme un acteur majeur dans le domaine des spiritueux rares et anciens sur le marché international, rassemblant un ensemble culturel, patrimonial, historique et relationnel incomparable. Ses carnets de route réunissent les notes de dégustation – sur bouteilles

d'époque – de l'ensemble des familles d'alcools français des XIXème et XXème siècles.

Au travers de la Distillerie de Grandmont, il s'engage à faire revivre ces spiritueux tels qu'ils étaient consommés il y a plus d'un siècle. Tous les alcools de Grandmont sont élaborés à partir d'alcool de grain biologique, de plantes, de fruits et d'épices naturels et sauvages, perpétuant ainsi un héritage artisanal authentique.



RENCONTRE AVEC KARIM KARROUM, FONDATEUR ET DIRECTEUR DE LA DISTILLERIE DE GRANDMONT

Comment vous est venue l'idée de lancer la Distillerie de Grandmont ?

« Je suis un passionné par nature. Quand je me lance dans un projet, je le fais à fond. Donc, venant du monde du vin, quand j'ai découvert

l'univers encore plus vaste et plus divers des spiritueux, il y a une petite quinzaine d'années, cela a été une révélation. Petit à petit, j'ai constitué une importante collection de raretés. Notamment le plus vieux cognac connu au monde, un Clos de Griffier de 1738, que j'ai eu la chance de vendre à un collectionneur. Il y a huit ans, un soir que j'ouvrais une Suze d'avant-guerre et que je m'apprêtais à la boire, j'ai eu un déclic en me disant que c'était vraiment dommage que ce soit la dernière. J'ai alors cherché comment faire pour la reproduire à l'identique. Pour ce faire, ma bonne volonté ne suffisait pas. Par miracle, un ami bouquiniste a mis la main sur un vieux grimoire de 1885 contenant une centaine de recettes. L'aventure de la Distillerie de Grandmont pouvait commencer.

Quelle est la recette dont vous êtes le plus fier aujourd'hui ?

Je dirais la « Menthe glaciale » non seulement elle m'a bluffé moi-même, mais elle remporte un succès grandissant auprès des clients. Mais, je suis fier de toutes les bouteilles qui sortent sur le marché et notamment « Le Chemin des Moines » qui prend la direction de devenir une référence. Pour l'instant, on n'a que six références, car tout ce qui sort de la distillerie doit être le reflet de l'histoire. Je suis très exigeant.

Pourquoi avez-vous choisi de rejoindre l'aventure PCS ?

Je n'étais pas entièrement satisfait des distributeurs que j'avais pour diverses raisons. Or, quand j'ai rencontré les équipes de Premium Craft Spirits, cela a été une évidence. C'est une entreprise où l'humain prime, ce qui est très important à mes yeux. On parle le même langage, on a la même approche et ils font un travail colossal !

Quels sont vos prochains challenges ?

J'aimerais sortir trois nouvelles références cette année : une crème de cacao, une troisième monastique et une dernière encore indéterminée. Mais je ne le ferai que si je suis complètement prêt. Par ailleurs, je voudrais développer l'export. Les produits sont déjà disponibles dans beaucoup de pays, mais je voudrais les y inscrire encore plus durablement. Le marché américain est également un objectif, même s'il est réputé difficile. Ceci dit, sinon ce ne serait pas un challenge, pas vrai ? »

Par Florence Valencourt

EXPLORATION GUSTATIVE : DÉCOUVREZ LES 5 JOYAUX DE LA DISTILLERIE DE GRANDMONT



LIQUEUR LE CHEMIN DES MOINES

Sa trame fine entremêle, entre-elles, les notes aromatiques de foin fauché, de camphre et de curcuma, le tout enveloppé de la persistance presque sauvage d'épices chaudes, de bleuets et d'autres fleurs des champs sélectionnées avec soin.



LIQUEUR LA PORT DE LA VOÛTE

La trame fine de cet élixir offre ce retour au passé où les liqueurs faisaient la part belle à la culture des digestifs. L'intensité et l'équilibre structurent l'élégance de l'ensemble où les notes végétales de menthol et sa fraîcheur s'accordent avec des pointes épicées.



TRIPLE SEC CURAÇAO BLANC

Chaque facette de cet authentique Curaçao blanc renvoie à la fois à la densité aromatique des agrumes et de leurs beaux amers et à la vivacité des épices chaudes, restituant l'intensité du triple sec historique.



AMER GENTIANE

Faisant revivre l'intensité de l'authentique gentiane, Amer Gentiane offre fraîcheur et complexité aromatique, en soulignant l'intensité florale de la gentiane sauvage, le tout relevé par des notes fruitées, épicées et végétales.



MENTHE GLACIALE

La grande fraîcheur de cette liqueur permet ce retour à la noblesse des menthes du passé. Les notes de menthol et la parfaite intégration des menthes poivrées et citronnées offrent une bouche ample, incisive et tranchante. La densité végétale apporte un toucher de bouche avec une subtile sensation de froid.



LE MOIS DE JUIN ANNONCE

LA FÊTE DU PROSECCO AVEC BOTTEGA



LE GROUPE BOTTEGA, QUATRE SIÈCLES DE TRADITION

Bottega S.p.A. est à la fois une cave et une distillerie, avec une équipe soudée d'œnologues experts en vinification et en distillation. Elle est située à Bibano di Godega (TV), dans la région du Prosecco DOC, à 50 km au Nord de Venise. Bottega a une histoire de quatre siècles dans le monde du vin et de la grappa. Dans les années 1600, les ancêtres de la famille cultivaient la vigne en tant que métayers. L'entreprise a été fondée en 1977 par Aldo Bottega, un maître distillateur avec plus de trente ans d'expérience dans le secteur, qui avait hérité de la passion pour le monde du vin de son grand-père, expert négociant en vins dans les années 1920. À la fin des années 1970, la société n'était qu'une petite entreprise, opérant sur le marché local de la grappa. En 1983, à la mort du fondateur, son fils Sandro, ainsi que ses frères et sœurs Barbara et Stefano, ont repris la direction de l'entreprise. D'une réalité artisanale, opérant uniquement dans le monde de la grappa, elle s'est transformée au fil des ans, en l'une des vingt premières caves et distilleries privées d'Italie, où elle produit des grappas, des gins, des vins et des liqueurs qui s'adressent à une audience plutôt haut de gamme. Parmi les grappas, commercialisés sous les marques Alexander et Bottega, on trouve une belle sélection de spiritueux à cuvée unique ou vieillies en barrique. La gamme de vins Bottega comprend du Prosecco, dont le célèbre Bottega Gold, et d'autres vins mousseux à forte personnalité. Les caves de Chianti, de Valpolicella et de Montalcino produisent de l'Amarone, du Ripasso, du Brunello di Montalcino et d'autres grands vins rouges. L'offre de Bottega est complétée par des liqueurs de fruits et de crèmes, parmi lesquelles Limoncino, Gianduia, Fiordilatte.

UN NOUVEAU PROSECCO BAR A PRAGUE

L'Italie est connue dans le monde entier pour la chaleur, l'élégance et le style inhérents à sa culture, pour sa délicieuse cuisine et pour ses excellents vins d'une grande personnalité.

Ainsi, Bottega poursuit cette démarche gastronomique et de rayonnement international en ouvrant son Prosecco Bar à l'aéroport Vaclav Havel de Prague.

Un concept créé par Bottega pour valoriser et partager le bon vin, la cuisine authentique et le style de vie italien convivial, partout dans le monde et dans différents contextes, des aéroports aux centres de villégiature et centres commerciaux. La collaboration de sommeliers, chefs, architectes et designers a donné forme à cette idée, créant un environnement accueillant et élégant, dans lequel les clients peuvent déguster un verre de Prosecco ou un autre vin de la sélection Bottega, accompagné de « cicchetti », ces collations typiques du « Bacaro » vénitien, ou accompagné de plats simples, préparés avec les ingrédients

authentiques de la cuisine méditerranéenne. Ces dernières années, l'offre du Prosecco Bar s'est progressivement élargie pour inclure des cocktails signatures, créés ad hoc par des bartenders experts, des vins biologiques et des liqueurs, et plus récemment, des vins effervescents sans alcool, qui émergent comme une nouvelle tendance de consommation.

LE BAR À PROSECCO DE BOTTEGA FÊTE SES 10 ANS

Le 25 janvier 2014, le format Prosecco Bar a été inauguré sur le navire Ms Viking Cinderella, qui 10 ans plus tard est un succès international consolidé. Parmi les lieux les plus prestigieux, on trouve des espaces de restauration dans certains des plus grands aéroports du monde et dans l'hôtellerie haut de gamme. La formule du Prosecco Bar évoque la tradition des bacari vénitiens dans ses différentes déclinaisons, transformant une pause rapide en une expérience sous le signe du goût. Depuis 2014, Bottega a ouvert plus de 30 Prosecco bar.

LES PROSECCOS BOTTEGA, COUP DE CŒUR DE PREMIUM CRAFT SPIRITS

Expression de l'excellence, le design Bottega met en valeur la créativité et le style « Made in Italy ». Chaque bouteille renferme le goût et la joie du style de vie italien. Les packagings reflètent aussi les engagements durables de l'entreprise : des éco-matériaux sont utilisés pour la conception, le solvant du vernis des bouteilles métallisées est réalisé à base d'eau, tandis que les bouteilles sombres sont produites avec au moins 85% de verre recyclé.

BOTTEGA GOLD

Le Bottega Gold est un prosecco DOC Brut produit avec raisins cultivés dans une région collinaire. L'élégance, la fraîcheur et la vivacité de ses bulles découlent de la beauté et de la tradition de son territoire, où des panoramas incomparables sont façonnés par les vignobles. Également disponible en 20 cl, 150 cl et 300 cl.



ROSE GOLD

Le Bottega Rose Gold est un vin pétillant brut rosé, unique et élégant, obtenu par la vinification en rosé des raisins Pinot Nero provenant de la région de Lombardie. Présenté dans un packaging glamour et reconnaissable, parfait pour les grandes occasions, Bottega Rose Gold s'est vu récompensé à plus de vingt reprises au cours des sept dernières années, et a obtenu la certification vegan. Également disponible en 20 cl, 150 cl et 300 cl. Le Bottega Rose Gold est certifié végétalien.



STARDUST PROSECCO

Bottega Stardust est un Prosecco DOC Dry (avec une teneur en sucre légèrement plus élevée) obtenu par la vinification des raisins Glera, cultivés sur les collines de Trévis. Le verre de la bouteille entièrement recouvert d'une galaxie de cristaux - l'effet « poussière d'étoiles » - met l'accent sur le moment de l'apéritif et du toast. Le devant de la bouteille est quant à lui exempt de cristaux et reproduit le logo sinuoux Bottega.



LES CRÈMES ET LIQUEURS BOTTEGA, AUTHENTIQUES ET INNOVANTES

LES CRÈMES ET LIQUEURS BOTTEGA, FAITES À LA MAIN

En France, la tendance tend vers des liqueurs qui reflètent un mélange d'authenticité, d'innovation et de préoccupations liées à la santé et à la durabilité. Les consommateurs recherchent des produits artisanaux fabriqués localement, mettant en valeur les ingrédients régionaux et les recettes traditionnelles. Avec une tendance générale vers une consommation plus consciente et axée sur la santé, les liqueurs fabriquées à partir d'ingrédients naturels et biologiques, sans colorants artificiels ni arômes ajoutés, sont de plus en plus recherchées.

4 PÉPITES À NE PAS MANQUER

LIMONCINO BOTTEGA

Le Limoncino Bottega est un "limoncello", une liqueur italienne traditionnelle, datant de la fin du XIX^e siècle. Il est produit à partir d'une infusion de zestes de citron "Femminello". Cette variété, largement répandue en Italie, se caractérise par un zeste à grain fin et des huiles essentielles de haute qualité.



Ce citron est appelé "Femminello" en raison de la fertilité de la plante, qui fleurit toute l'année. Les citrons sont cultivés naturellement et récoltés à maturité, puis lavés et pelés à la main,

en éliminant la partie blanche (amère) et en sélectionnant uniquement le zeste jaune, riche en huiles essentielles. Les zestes de citron sont infusés dans de l'alcool pendant environ trente jours, ce qui permet l'extraction des substances aromatiques et colorantes. Le liquide est ensuite séparé des zestes. Enfin, du sucre et de la grappa de haute qualité sont ajoutés, ce qui rend ce Limoncino unique et inimitable. Le Limoncino Bottega est certifié végétalien.

NEZ : • attaque : intense • plateau : citrons mûrs • finale : zestes	PALAIS : • attaque : douce • plateau : équilibré • finale : citronnée	COMMENT ON LE DÉGUSTE ? • Pur, très frais en digestif • Accords coupe de fraises fraîches - glace fruitée • Cocktail Bottega Spritz
--	---	---

50 cl | 30% vol.

PISTACCHIO LIQORE

La crème de liqueur Pistacchio est agréablement sucrée, avec une teneur en alcool modérée, caractérisée par un arôme intense de pistache. Les pistaches poussent sur le volcan sicilien, le mont Etna et sont depuis longtemps renommées pour leurs propriétés nutritionnelles.



Les pistaches, exclusivement récoltées en Sicile, sont traitées selon une méthode traditionnelle et transformées en une pâte qui préserve toutes leurs précieuses caractéristiques organoleptiques. Cette pâte est ensuite habilement

mélangée avec de l'alcool, de l'eau et du sucre, créant une liqueur crémeuse, ronde et veloutée, avec un arôme intense et envoi de pistaches siciliennes. Avec une touche finale de grappa, le Pistacchio Bottega acquiert une particularité aromatique, le rendant extraordinaire. Le Pistacchio Liqueur est certifié végétalien.

NEZ : • attaque : intense • plateau : agréablement alcoolisé • finale : fruits secs huileux	PALAIS : • attaque : crémeux • plateau : notes de pistache • finale : agréablement alcoolisé	COMMENT ON LE DÉGUSTE ? • Accord desserts et pâtisseries • Cocktail Think Green
---	--	--

50 cl | 17% vol.

GIANDUIA LIQORE

La liqueur crémeuse Gianduia est délicieusement sucrée, avec une teneur en alcool modérée et un arôme intense de chocolat Gianduia. Cette recette a vu le jour au Piémont en 1806, lorsque le coût élevé du cacao a poussé les pâtisseries locales à le remplacer en partie par des noisettes torréfiées et broyées.



Cela a donné naissance à un chocolat élégant et intense, avec un bouquet caractéristique de cacao et de noisette. Ces subtilités se retrouvent dans le Gianduia Bottega, une crème veloutée au doux goût, qui séduit même les palais les plus exigeants. Avec une touche finale de grappa, le Gianduia Bottega acquiert une aromaticité particulière, le rendant exceptionnel.

NEZ : • attaque : riche • plateau : noisette intense • finale : intrigante	PALAIS : • attaque : crémeux • plateau : enveloppant • finale : noisette - cacao	COMMENT ON LE DÉGUSTE ? • Servir froid • Accord crèmes glacées
--	--	---

50 cl | 17% vol.

TIRAMISU LIQORE

Le Tiramisù Bottega est une liqueur, caractérisée par la saveur inimitable du célèbre dessert d'origine trévisane, apprécié dans toute l'Italie et dans le monde entier.



Le Tiramisù Bottega est fabriqué à partir d'une base de crème des Alpes et de fromage mascarpone d'origine italienne, additionné de cacao (origine Saint-Domingue), des variétés sélectionnées de café Arabica (origine Éthiopie) et de l'extrait de biscuits Savoiairo (sans gluten).

NEZ : • attaque : pâtisseries • plateau : café • finale : cacao	PALAIS : • attaque : pâtisseries • plateau : café • finale : cacao	COMMENT ON LE DÉGUSTE ? • Cocktails à base de Vermouth • Accord crèmes glacées - Desserts mousseux
---	--	---

50 cl | 17% vol.

The Fetichist.

CLASSIC COCKTAIL AS ITS PERFECTION

Unique en son genre, The Fetichist réunit ce que la mixologie fait de meilleur : un écrin haute couture ultra-désirable, l'expertise pointue d'un savoir-faire artisanal avec des matières premières sourcées en France, une production made in Cognac, et un doux parfum d'exclusivité. Autant dire : un concentré de tout ce qu'on aime, pour une dégustation haute en saveurs !

UN NOUVEAU SOUFFLE DANS L'ART DU COCKTAIL PRÊT À DÉGUSTER

Lancée en 2022, The Fetichist est la nouvelle marque ultra-premium dans le monde du cocktail prêt à déguster, qui insuffle un nouvel élan à la mixologie contemporaine. Fondée par Ugo Jobin, spécialiste reconnu des spiritueux et de la mixologie, The Fetichist propose des produits modernes au design graphique

radical, provoquant une véritable révolution culturelle et gustative aussi bien dans les bars que dans les rayons de l'industrie des spiritueux de luxe. De la sélection minutieuse des matières premières à la fabrication de ses produits, en passant par la conception et l'assemblage de ses recettes, The Fetichist développe des potions où l'alchimie des saveurs atteint un équilibre parfait.

RÉINVENTER LES COCKTAILS

The Fetichist n'est pas simplement une solution destinée aux professionnels du monde de la mixologie. C'est une marque à part entière, fondée sur des convictions et des choix forts, incarnée par son fondateur, Ugo Jobin.

Pas de compromis sur la qualité, l'exigence du goût, et surtout une volonté de susciter une réelle émotion au moment de la dégustation : telles sont les valeurs ajoutées de The Fetichist. Fort de ses 20 années d'expérience, Ugo Jobin a développé une expertise unique qu'il met aujourd'hui à profit dans le développement de cocktails "prêts à déguster", mais à des

années-lumière des premix sans aspérité et sans saveurs.

Les cocktails The Fetichist, sans arômes de synthèse, sans colorants ni conservateurs, offrent une expérience de dégustation aussi qualitative et mémorable qu'un cocktail réalisé minute par un barman. Un défi relevé par Ugo, qui a travaillé chacune de ses recettes tel un Maître de Chai assemblant ses eaux-de-vie : en choisissant les meilleures matières premières, parfois même en dehors des circuits d'approvisionnement habituels.

Ensuite, chaque cocktail est assemblé à la perfection. Dans l'élaboration de cocktails prêts-à-boire, la proportion des assemblages est la clé. L'objectif d'Ugo Jobin : que les saveurs explosent, que les ingrédients se répondent et rehaussent le goût des autres. Son approche du cocktail est empirique avant d'être purement technique. Il goûte sans cesse de nouvelles choses et est passionné de gastronomie. C'est cette curiosité qui lui a permis de développer une sensibilité particulière, tant au niveau du palais que de l'odorat.



LES CRÉATIONS THE FETICHIIST : DES VERSIONS 2.0 DE 8 COCKTAILS STYLÉS



LE COSMOPOLITAN gourmand, frais et acidulé

Ingrédients : eau, vodka, liqueur d'orange et cranberry.
The perfect serve : Coupette | Verser 10 cl de Cosmopolitan frais | Exprimer un zeste d'orange.



LE MOSCOW MULE gorgé d'épices

Ingrédients : eau, vodka, sucre, gingembre frais et citron vert frais.
The perfect serve : Mug | Sur glace cube, verser 10 cl de Moscow Mule | Allonger avec 5 cl d'eau gazeuse | La formation d'un dépôt est naturelle et provient de l'utilisation exclusive de citron vert frais | Remuer avant de servir.



LE BOURBON OLD FASHIONED un short drink à l'équilibre parfait et aux notes caramélisées

Ingrédients : bourbon, eau, bitter et sucre.
The perfect serve : Short drink | Sur glace cube, verser 10 cl de Bourbon Old Fashioned | Exprimer un zeste d'orange.



LE NEGRONI balançant entre amertume et douceur

Ingrédients : eau, gin, bitter et vermouth.
The perfect serve : Short drink | Sur glace cube, verser 10 cl de Negroni | Exprimer un zeste d'orange.



LE MOJITO tout en fraîcheur

Ingrédients : rhum des Caraïbes, jus de citron vert, sucre, extrait de menthe et eau.
The perfect serve : Short drink | Sur glace cube, verser 10 cl de Mojito | Allonger avec 5 cl d'eau gazeuse ou de tonic | La formation d'un dépôt est naturelle et provient de l'utilisation exclusive de citron vert frais | Remuer avant de servir.



LE CAÏPIRINHA tout en rondeur

Ingrédients : eau, cachaça, sucre et citron vert frais.
The perfect serve : Short drink | Sur glace cube, verser 10 cl de Caipirinha | La formation d'un dépôt est naturelle et provient de l'utilisation exclusive de citron vert frais | Remuer avant de servir.



LE TOM COLLINS une ode à la légèreté

Ingrédients : eau, gin, sucre et citron jaune frais.
The perfect serve : Long drink | Sur glace cube, verser 10 cl de Tom Collins | Allonger avec 5 cl d'eau gazeuse | La formation d'un dépôt est naturelle et provient de l'utilisation exclusive de citron jaune frais | Remuer avant de servir.



PORN STAR MARTINI doux, fruité et acidulé

Ingrédients : eau, vodka, fruits de la passion et vanille.
The perfect serve : Short Drink | Dans un verre à vin | Sur glace cube, verser 10 cl de Porn Star Martini.



INTERVIEW DU FONDATEUR, UGO JOBIN

Quelle est la genèse de The Fetichist ? Pourquoi vous être lancé dans cette aventure ?

Cela fait des années que j'évolue dans le milieu du cocktail, en tant que barman d'abord, puis consultant et directeur d'un centre de formation de barmen professionnels. Je suis donc au premier plan pour sentir les évolutions du marché. Celui-ci me semblait enfin mûr

pour des cocktails « prêts à boire », à condition que ceux-ci soient de grande qualité. Par ailleurs, ce segment me semblait bien répondre à deux problématiques. Pour les professionnels (hôtellerie/restauration), une solution clefs en main qui correspond aux attentes de la nouvelle génération et qui résout les éventuels problèmes de personnel. Pour les particuliers, la possibilité de démocratiser la dégustation de cocktails à la maison, sans que cela ne me demande trop de savoir-faire, de matériel et ne devienne une « usine à gaz ». Mon mantra : le goût, le goût, le goût. C'est simple, je source tout moi-même et si je ne suis pas satisfait du résultat, on ne sort pas la référence. Surtout qu'on ne travaille que des ingrédients frais et naturels. Dans cette aventure, on est un peu comme des vignerons, on doit goûter tous nos batches pour vérifier le taux d'acidité et le rééquilibrer si besoin. C'est vraiment du tailor-made en amont, avant une phase industrielle en aval.

Pourquoi avoir choisi de vous installer à Cognac ?

Parce que chez The Fetichist, la démarche RSE n'est pas un vain mot. On voulait vraiment être en circuit-court avec les fabricants de bouchons, verre, cartons et étiquettes. Celles-ci sont en fibre de papier de raisin recyclé. De plus, on est à côté de nos distilleries partenaires à qui on a confié les recettes de notre gin et de notre vodka. Sans compter la qualité de vie ici, qui fait aussi partie de la RSE !

Pourquoi avoir choisi de rejoindre le catalogue PCS ?

Quand on fait du cocktail, le monde des cavistes n'est pas des plus aisés à pénétrer. Les cavistes sont très occupés, vendent surtout du vin et, pour ceux qui se sont aventurés dans le cocktail, ils ont souvent été déçus par des produits de concurrents, pas prêts, pas bons ou pas stables. En un mot, ils ont été échaudés et je les comprends. PCS est un partenaire de distribution reconnu, exigeant, qui possède par ailleurs des valeurs et un côté humain très important. Quand je leur ai fait goûter les produits The Fetichist, on s'est tout de suite compris.

Quelle est l'actualité The Fetichist ?

Ce printemps on lance notre gamme de cocktails sans alcool, qui est la déclinaison miroir de la gamme alcoolisée. On commence par le Virgin Pornstar Martini et le Virgin Sex On The Beach. Là aussi, le marché est en pleine essor.

Quelle est votre ambition pour The Fetichist ?

J'ai envie qu'on devienne une vraie marque. Que les clients arrivent et disent « Je veux un Fetichist » !

PARTICIPEZ AU

Grand jeu concours

BOTTEGA

DU 1^{er} JUIN AU 15 JUILLET 2024



À GAGNER
8 voyages en Italie
pour visiter

LA MAISON
BOTTEGA

TENTEZ DE GAGNER UN VOYAGE DE 2 JOURS À QUELQUES KILOMÈTRES DE VENISE, VALABLE POUR UNE PERSONNE. APRÈS TIRAGE AU SORT.

Retrouvez le règlement du jeu concours
avec obligation d'achat sur notre Espace Pro
en flashant le QR Code



Côté caviste
présenté par Five Farms



De gauche à droite : Romain Vereecque, adjoint de la cave et Olivier Versmisse, gérant de la cave.

RENCONTRE AVEC ROMAIN VEREECQUE, ADJOINT CHEZ OLIVIER VINS & COMPAGNIE

Pouvez-vous nous parler de votre parcours et de la cave ?

Je me présente, Romain Vereecque, j'ai rejoint la cave Olivier & Vins, il y a maintenant 6 ans. À l'origine, je ne travaillais absolument pas dans ce milieu, puisque j'étais dans le secteur de la chimie pendant 28 ans. C'est à la suite de la fermeture de la société où je travaillais qu'Olivier, le gérant, m'a sollicité pour rejoindre son entreprise en tant qu'adjoint. J'avais l'ambition de créer ma société, donc j'ai refusé plusieurs fois, mais un dimanche en passant chercher une bouteille de vin à la cave, Olivier était là aussi et il m'a dit en rigolant « si tu viens un dimanche et que je suis là, c'est que le bon Dieu t'envoie ». L'après-midi, je lui envoyais un message pour lui dire que je venais faire un essai lundi...et finalement, je suis encore là ! Aujourd'hui, nous gérons ensemble le magasin qui propose sur une surface d'environ 900 m² plus de 300 références de whiskies, 350 références de rhums, 400 références de bières, sans compter les vins et les champagnes... Nous avons également une partie épicerie fine faisant la part belle aux produits régionaux. Nous proposons aussi d'autres services au moment des fêtes avec la confection de colis de Noël pour les comités d'entreprise ou encore un espace bar - dégustations - jardinerie.

Qu'aimez-vous le plus dans votre métier ?

Aujourd'hui, j'ai trouvé mon équilibre, nous développons le magasin à différents niveaux et ça nous plaît. J'aime le contact humain, le relationnel, faire des salons également, notamment pour y dénicher des nouveautés ! Pour l'anecdote en lien avec PCS, peu après mon arrivée à la cave, j'ai découvert par un ami qui avait voyagé sur Air France, la Golden Eight. Quand

j'y ai goûté, j'ai trouvé cette liqueur tellement incroyable que j'ai contacté directement les Grandes Distilleries Peureux pour la proposer en magasin. Et aujourd'hui, nous sommes les plus gros revendeurs de Golden Eight de la région avec plus de 600 bouteilles à l'année ! C'est vraiment un produit phare chez nous et je défends ce produit en vrai Ambassadeur !

Le 6 juin prochain aura lieu les 80 ans du débarquement. à cette occasion, Squadron 303 Spirits va bientôt sortir une édition limitée. Que pensez-vous de la marque ?

À l'origine Squadron 303 Spirits était revendu par la Maison Dugas. Pour la petite histoire, un mercredi matin où je ne travaillais pas, un représentant de chez Dugas m'appelle pour me dire que Franck Botbol était au magasin pour me présenter ses produits. Je lui ai répondu que je passerai dix minutes pour le saluer. Je suis arrivé à 9h50 et je suis reparti à midi. J'ai vraiment adoré le produit, la façon d'expliquer de Franck et la démarche du début jusqu'à la fin. On peut dire qu'il m'a transmis son amour pour ses produits. Aujourd'hui, Premium Craft Spirits a repris la distribution de cette marque que j'adore. A tel point que nous sommes reconnus comme le plus grand Ambassadeur de la marque en France. Je ne vends pas le produit, je le vis, et c'est ce qui fait toute la différence et explique pourquoi nous le vendons si bien. Et les clients me le disent, j'explique tellement avec le cœur, qu'il n'y a pas besoin de discuter, ils l'achètent tout de suite. Evidemment, nous avons hâte de découvrir cette nouvelle édition limitée et de la proposer à nos clients fidèles.

L'été arrive et avec lui les apéritifs et cocktails en terrasse. Une période propice à ces alcools ?

Oui, évidemment ! Il faut dire que nous mettons tout en place au magasin pour booster ces alcools à cette période, notamment via nos réseaux sociaux. Tous les vendredis, nous mettons un produit différent en avant au magasin et sur nos réseaux. Nous avons également un bar qui permet de faire déguster les produits et montrer au client comment les utiliser dans des cocktails simples, par exemple des Griottines dans du crémant... Les crèmes et liqueurs sont tendances dans l'univers du bar, mais nous sommes toujours en décalage avec les tendances. Chez nous, les parfums qui fonctionnent le mieux sont l'indétrônable crème de cassis, la framboise et plus récemment la violette.

Pensez-vous que votre métier va évoluer dans les années à venir ?

Il faut toujours se remettre en question, c'est la base. Auparavant, notre clientèle était essentiellement d'origine britannique, mais avec le Brexit et la Covid, il a fallu trouver des solutions. Aujourd'hui, grâce à notre service de location de pompes à bière, notre clientèle se répartit en 95% de Français et 5% d'étrangers. Je pense que le métier pourra encore davantage se diversifier à l'avenir et proposer plus de services. Au vu de notre localisation en campagne et à proximité de la gare TGV, d'Eurostar et du tunnel sous la Manche, nous avons développé un service de jardinerie en plus de la cave et de l'épicerie fine où les clients peuvent retrouver des fleurs, du charbon de bois, des granulés pour le chauffage... Ce sont ces petits services en plus qui nous ramènent aussi de la clientèle.

Qu'attendez-vous de vos fournisseurs ?

Nous sommes en train de créer une charte du magasin pour que nos fournisseurs viennent passer à minima 2 journées par an dans notre magasin. Notre Responsable Commerciale Premium Craft Spirits, Morgane, l'a bien compris, elle viendra d'ailleurs au mois de juin faire une masterclass. Nous avons tellement de références qu'il faut les faire vivre et une petite piqûre de rappel pour nous aussi ne nous fait pas de mal !

Propos recueillis par Noée Baud

ACTUS

Premium Craft Spirits

LES LIQUEURS BLEU, BLANC, ROUGE CÉLÈBRENT LEUR UN AN !

Dans les cercles gastronomiques, une révolution liquide célèbre son premier anniversaire cette année : les liqueurs Bleu, Blanc, Rouge de la Distillerie Massenez. Fruit d'une collaboration audacieuse entre le fromage Roquefort Société et une Liqueur de Baguette, ces élixirs uniques ont secoué les conventions depuis leur création, il y a un an.

En marquant cette première année d'existence, ces liqueurs incarnent l'innovation, des dégustations exaltantes, pure ou en cocktail et des succès sans précédent. C'est l'occasion de saluer une année entière de défis relevés et de palais émerveillés. Cet anniversaire symbolise non seulement la vision avant-gardiste de la Distillerie Massenez, mais aussi l'accueil enthousiaste des amateurs éclairés. Avec cette étape clé, les Liqueurs Bleu, Blanc, Rouge consolident leur place en tant que pionnières dans le monde des spiritueux, prêtes à continuer à séduire les palais du monde entier pour les années à venir.



LES GIN HONORÉS D'UNE MÉDAILLE D'OR !



Au concours CWSA 2024, le mythique Panda Gin, originaire de Belgique, a décroché la médaille d'or, marquant ainsi une étape majeure dans son parcours. Cette récompense prestigieuse témoigne de l'engagement de la distillerie envers l'excellence et l'innovation.

De plus, lors du concours Frankfurt International Trophy 2024, le Needle Dry Gin a également remporté la médaille d'or ! Cette combinaison passionnante d'herbes, d'épices et d'aiguilles d'épicéa a conquis les cœurs des jurés, ajoutant ainsi à notre collection de distinctions remarquables. Pour en savoir plus sur ces distilleries emblématiques et leur Gin primé, inscrivez-vous dès maintenant sur notre Espace Pro !



CUTTY SARK REMPORTE L'OR À LA SAN FRANCISCO WORLD SPIRITS COMPETITION 2024 !



La marque de Whisky Cutty Sark a récemment ajouté une nouvelle distinction à son palmarès déjà impressionnant en remportant la médaille d'Or lors de la San Francisco World Spirits Competition 2024 grâce au Cutty Sark 12 ans ! Cette récompense témoigne de l'excellence de ce whisky, apprécié pour son caractère distinctif et son savoir-faire inégalé.

Retrouvez le Cutty Sark 12 ans dans notre Espace Pro !

NOUVEAU : BOTTEGA LEMON SPRITZ !



La Maison Bottega dévoile son dernier bijou rafraîchissant : le Lemon Spritz. Inspiré de son illustre aîné, Bottega innove en proposant une boisson sublimée par l'infusion de citrons biologiques de Sicile, les mêmes qui composent la fameuse Bottega Limoncino, agrémentée d'une touche de menthe. Avec une faible teneur en alcool, cette boisson est l'alliée parfaite pour affronter les chaleurs estivales tout en offrant une expérience gustative inoubliable. Que ce soit en apéritif ou en digestif, elle saura accompagner vos moments de convivialité avec élégance et fraîcheur. Retrouvez-la très bientôt sur notre Espace Pro !

COCKTAILS MASSENEZ X BACARDI : LA COMPÉTITION QUI CAPTURE L'ESPRIT DU QUEENSLAND



Il y a quelques semaines, la finale de la compétition Massenez x Bacardi a réussi sa promesse en ravivant les sens ! Cette année, les participants étaient conviés à un voyage gustatif à travers l'état du Queensland, où chaque cocktail devait capturer l'essence même de cette région. Que ce soit à travers un souvenir, une expérience personnelle ou une représentation du Queensland, les candidats étaient invités à laisser libre cours à leur créativité pour concocter des recettes uniques et évocatrices.

Les règles étaient simples mais exigeantes : chaque cocktail présenté devait contenir au minimum 20 ml d'un spiritueux Bacardi et 10ml d'un spirit Massenez. La représentation équilibrée des deux marques dans le cocktail était l'un des critères déterminant pour les juges, composés d'experts de l'industrie.

En collaboration avec Bacardi, la finale s'est tenue le 7 mai 2024 sur la Gold Coast, au prestigieux « La Luna Beach Club ». Carole Collart, Cécile Schoen, Clément Le Caro, Kieran Whittaker, Lachlan Mangelsdorf, Loic Mouchelin, Olivia Beau et Sean Nguyen, les huit finalistes sélectionnés par le jury, devaient réaliser un cocktail à partir d'une Mystery Box contenant des spiritueux sélectionnés avec soin.

La compétition cocktails Massenez x Bacardi a su être un événement mêlant créativité, savoir-faire et convivialité !

ESPACE PRO PCS

ACTUS



À la Une

Griottines®

Griottinez, c'est l'été !

Toute l'année les Griottines accompagnent vos plats, apéritifs ou desserts favoris !



MAGNUM GOLDEN EIGHT

La Golden Eight a tout d'une grande... alors quand la question s'est posée d'augmenter sa contenance, la Distillerie Massenez n'a pas hésité une seule seconde.

À découvrir prochainement...



400 CONEJOS

La consommation de spiritueux d'Amérique du Sud monte en puissance chez les consommateurs ! Une bonne raison de faire découvrir la nouvelle pépite de PCS !



CUVÉE 80 ANS

Une très belle exclu PCS avec ce Single Cask Anniversaire « D-Day », produit dans une édition limitée à 1 000 bouteilles qui rend hommage aux milliers de soldats qui se sont sacrifiés pour la liberté et la paix lors du débarquement des Alliés en Normandie dans la nuit du 5 au 6 juin 1944.



SWELL DE SPIRITS

Infatigable... un début d'été rempli pour Swell de Spirits avec de nouvelles arrivées toutes plus singulières les unes que les autres. Doit-on encore présenter Swell de Spirits ?



RETROUVEZ TOUTE L'ACTUALITÉ DE PREMIUM CRAFT SPIRITS SUR L'ESPACE PRO EN FLASHANT LE QR CODE !



Les Promos de l'été



Retrouvez toutes nos offres sur l'Espace Pro en flashant le QR Code

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

THE LONDON ESSENCE COMPANY : UNE HISTOIRE ESSENTIELLE

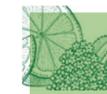
L'histoire de la London Essence Company commence en 1896 à Camberwell, sur les bords de la Tamise. Les fondateurs de la marque produisaient alors des essences distillées, obtenues à partir d'une sélection de fruits, de plantes et d'épices. Ces essences raffinées étaient destinées aux maisons de parfum, ainsi qu'aux marques de spiritueux basées à Londres.

Dans cette quête perpétuelle de l'excellence, la London Essence Company rend un hommage vibrant à ses fondateurs à travers une collection de mixers d'une élégance incomparable.

DES ESSENCES DISTILLÉES POUR DES EXPÉRIENCES MÉMORABLES

Chacun des parfums proposés par London Essence contient une essence distillée signature, qui met en valeur les spiritueux les plus raffinés. Ces mixers offrent des expériences de dégustation uniques, au nez, à la robe et au goût exceptionnels, de la première à la dernière gorgée.

London Essence propose trois gammes aux bulles fines pour flatter le palais, sans édulcorants artificiels et faibles en calories :



LES TONICS
disponibles en version classique mais aussi dans des versions plus contemporaines, pour sublimer les gins les plus premium.



LES GINGERS
la douceur du ginger ale et l'intensité de la ginger beer, à déguster seul ou à associer à de la vodka et à des spiritueux ambrés.



LES SODAS
bons et beaux à déguster, bien frais, seuls ou accompagnés de vodka, prosecco, ou de rhum ambré.

LES TENDANCES ESTIVALES DES COCKTAILS 2024 : UNE FUSION DE SAVEURS ET DE CRÉATIVITÉ

Alors que les températures commencent à grimper et que l'été se profile à l'horizon, le monde des cocktails accueille une saison estivale qui promet une explosion de saveurs et de créativité. Les tendances des cocktails pour l'été 2024 offrent un éventail captivant de boissons exaltantes et innovantes qui raviront les papilles des amateurs.

LONDON ESSENCE UNE APPROCHE UNIQUE DES COCKTAILS DE L'ÉTÉ

LES CLASSIQUES



LE GIN TONIC
Un classique très rafraîchissant lorsqu'il fait chaud l'été grâce à sa légère amertume et sa faible sucrosité,



LE SPRITZ
Cocktail désormais bien connu du grand public mais qui peut facilement se réinventer en suivant la même construction : liqueur, prosecco et soda ou tonic.



LE MOJITO
À redécouvrir en remplaçant l'eau gazeuse par un soda, pour apporter des notes florales et fruitées. Quelques twists simples du mojito, comme le pink mojito ou le white mojito.

LES COCKTAILS TENDANCES

- LE PALOMA -
(tequila - citron vert - soda pamplemousse)
Le cocktail qui monte avec une tendance de fond sur les spiritueux d'agave (tequila - mezcal). Un long drink bien équilibré et également très rafraîchissant avec un bon équilibre de l'amertume du pamplemousse et l'acidité du citron vert. Une jolie couleur rose qui le rend aussi agréable à regarder qu'à boire. À servir dans un verre highball.

- LE MOSCOW MULE -
un cocktail en plein boom depuis deux ans, avec une tendance de fond sur les notes épicées. Un cocktail simple à réaliser avec tequila, citron vert et ginger beer, souvent servi dans des chopes typiques en cuivre, qui permettent de maintenir la fraîcheur du cocktail tout au long de sa dégustation.

LES COCKTAILS DE L'ÉTÉ BY LONDON ESSENCE



LE SOLSTICE

Un profil gustatif subtilement sucré et floral avec un arrière-goût surprenant et complexe.

20 ml d'Aperol
30 ml de Vin Blanc
10 ml de sirop de Framboise

Crafted Soda Pêche Blanche et Jasmin London Essence

Garniture : Framboise et Fleurs de jasmin
Pairing : Brie, Camembert, Comté et Cheddar

LE SUNDOWN

Simple mais élégante, cette boisson combine délicatement des notes florales et d'agrumes avec la saveur amère et fraîche caractéristique d'une bière blonde légère.

20 ml de liqueur de bergamote
50 ml de bière blonde légère
50 ml de Crafted Lemonade London Essence

Garniture : Fleurs blanches et feuilles de Citron Vert
Pairing : Viandes, Gyozas, Bao

L'IMMORTEL FIZZ

avec le Gin l'Immortel de L.N MATTEI.



Dans un verre à cocktail rempli de glaçons, verser :

- 6 cl de gin **L'Immortel**
- 4 cl de jus de citron
- 2 cl sucre de canne

Compléter avec 12 cl classique Original Indian London Essence et mélanger.

Décorer d'une fleur d'immortelle.



PLONGÉE DANS L'EFFERVESCENCE DU RHUM FEST !

Au cœur d'un parc floral enchanteur, où les jeux d'enfants se mêlent aux parfums bourgeonnants, se tient depuis une décennie un rendez-vous incontournable dédié aux jus de soleil - reprenons l'expression d'un rappeur bien connu et fan de rhum -. C'est du 4 au 6 mai, sous un printemps enfin clément, que s'est déroulée la grandiose célébration du rhum. Une décennie d'une ambiance toujours aussi joyeuse et humaine, qui ne cesse de s'intensifier grâce à un public passionné et de plus en plus divers. Paris résonne encore des murmures - peut-être même des cris - dédiés à la passion engagée de ce spiritueux.

LE RHUM FEST, C'EST SON PUBLIC !

Toujours plus nombreux, et particulièrement gourmand pour cette 10^{ème} édition ! En atteste la file d'attente pour déguster les cols de la Famille Ricci qui atteignait... 1h30 ! Quelle passion ! Les récents membres du label PCS ont fait forte impression, dévoilant une multitude de nouveautés, dont certains rhums exceptionnels. Le résultat est éloquent, le public se délecte pour le plus grand bonheur des embouteilleurs et du label dressé juste en face, offrant aux visiteurs une expérience XXL qui a su également donner satisfaction. Carton plein pour une distillerie de Montréal séduisante avec une équipe pleine de vitalité, une gamme éclectique et singulière, suscitant de l'enthousiasme chez les visiteurs désireux de découvrir le rhum ananas ou la liqueur de baba au rhum. Un véritable succès marqué par l'exotisme et la chaleur des Canadiens... Juste à côté, la jeune mais déjà très attendue Swell de Spirits offrait aux geeks passionnés son meilleur du moment. Pas en reste, Mickaël - le fondateur de la marque - est arrivé avec plus d'un tour dans son sac et a - décidément -, fait forte impression. L'excellent embouteilleur indépendant a profité de la présence exceptionnelle de ses amis de la distillerie mexicaine Satvrnal pour mettre en avant ses nouveautés et réaliser un grand moment de partage. Bien que ses rhums soient les stars du salon - mention spéciale au Rhum Fest 10 ans et ses 200 bouteilles qui se sont arrachées sur place -, l'embouteilleur a fait sensation notamment avec son délicieux gin mexicain. Deux symboles de cette nouvelle vague, plus éclectique, que semble rechercher un public lui-même de plus en plus diversifié, avec notamment une présence féminine de plus en plus marquée - et, s'il faut le préciser,

toute aussi connaisseuse et intéressée que ses homologues masculins - symbolisée par la Women Leading Rum, association mettant en avant le rôle des femmes dans l'industrie du rhum et facilitatrice d'échanges.

RHUM FEST = INNOVATION

Le salon est bien sûr le creuset des nouveautés et, pour les plus pressés, un comptoir des innovations avait été mis en place, facilitant leur découverte. Du côté de PCS, l'intendance de Mauricia fait mouche. Pour les plus intrépides, capables d'affronter les foules du stand PCS, mention spéciale à l'insula Nox du Père Labat, au Depaz Cuvée Volutes et au Dillon 5 ans... La gamme très large proposée par le label a eu pour effet de séduire un large public, du néophyte à l'afficionados. Un stand immense pour PCS et un accueil chaleureux tant du côté des amateurs que des professionnels au cœur de cette 10^{ème} édition du Rhum Fest au sens propre comme au sens figuré. Un autre symbole de chaleur avec Squadron 303 Spirits, le petit nouveau de PCS qui montre que les aficionados du rhum savent aussi sortir des sentiers battus et sont en quête de nouveautés et de renouveau.



Il fallait bien l'équivalent d'un stand entier pour Saint James. La marque a encore une fois dévoilé toute sa panoplie de spiritueux, des classiques aux plus "exotiques", avec des tablettes de chocolat aromatisées aux liqueurs arrangées Saint James, en passant par les cuvées éphémères et les "blancs agricoles", toujours très recherchés et appréciés des visiteurs. Le salon est donc lui aussi en pleine évolution, séduisant autant avec son rhum que ses autres spiritueux. Une autre illustration in fine, de la société.

UN LIEU D'ÉCHANGE

Le Rhum Fest, c'est ça et surtout ça ! Un lieu d'échange, une énergie, du partage et des Hommes ! Les stands ont su captiver grâce à des représentants remplis de joie, d'enthousiasme et de professionnalisme préservant les émotions des bouteilles... Don Q, qui faisait son arrivée chez PCS, a montré une gamme complète, avec une mention spéciale pour le Don Q Spiced et le Anejo XO particulièrement appréciés et dégustés sur le salon. Merci Duncan Hayter !



On échange, on débat, parfois avec passion mais toujours dans un esprit d'apprentissage et de bienveillance. Pour preuve, la très bonne masterclass animée par Teddy Boyer, maître de Chai chez Rivière du Mât, dans une salle comble qui a pu - malgré un bruit ambiant - malheureusement assourdissant - expliquer avec calme et sérénité l'essence de 4 rhums signés RDM : le VSOP, le XO, la Cuvée 1886 et le Single Cask 2003, témoignant de la qualité de la marque. Une animation marquée par la mise en avant de l'autonomie énergétique de la distillerie réunionnaise. Un aspect crucial à l'heure actuelle, avec des spectateurs attentifs. Il suffira de se rendre sur l'île de la Réunion pour continuer l'apprentissage et découvrir les projets de la distillerie, notamment un deuxième Chai en préparation.

Carnival, mené par la présence de Joey Starr sur le salon a pu aussi démontrer l'accessibilité et l'envie de partage de tous. Important et essentiel dans un climat axé sur une Premiumisation flirtant avec la tendance spéculation. À ce titre, l'univers du rhum se veut - et est en train de démontrer - accessible, ouvert et absolument tourné vers la notion de diversité. Il doit être et rester un moment privilégié de discussion et de partage, maître mot de cette édition 2024. C'est donc une dixième édition de ce Rhum Fest qui s'achève en devenant véritablement la grand-messe du rhum et l'une des plus importantes du monde des spiritueux en général. Autrefois simplement destiné aux passionnés de rhum, les chapeaux de paille laissent désormais de la place. Année 2024, année du rhum ?

Par Thomas Chartier



CARNIVAL SUN JUICE : UN "RDV PCS" INOUBLIABLE POUR FÊTER L'ARRIVÉE DU RHUM DE JOEYSTARR



Paris, le 2 mai 2024 - Le célèbre restaurant Mimosa, à Paris, a été le théâtre d'un événement exceptionnel : la conférence de presse et soirée de lancement, marquant la distribution par Premium Craft Spirits de la marque de rhum Carnival Sun Juice, fondée par JoeyStarr. Attirant un parterre impressionnant de 60 journalistes et influenceurs, tous experts dans le domaine des spiritueux et de la gastronomie, cette soirée s'annonçait comme une expérience inoubliable.



Parmi les invités de marque, figuraient des noms prestigieux tels que Frédéric Delpuch de la chaîne LCI, Fabien Humbert du célèbre magazine RumPorter, Laurence Marot du magazine Barmag, Christophe Hamiau de 7detable, Nathalie Baylaucq du journal Spirits Hunters, Gwilherm De Cerval représentant Paris Première pour Très Très Bon TV, ainsi que d'autres figures médiatiques tout aussi éminentes.

CARNIVAL SUN JUICE ET PCS : POUR L'AMOUR DU CRAFT !

La soirée a débuté par une allocution de Bernard Baud, Président de Premium Craft Spirits et des Grandes Distilleries Peureux Massenez, qui a su captiver l'attention des différents médias, en présentant la vision et les valeurs de l'entreprise et en expliquant sa fierté d'intégrer Carnival Sun Juice à son portefeuille de Rhums, catégorie qui se distingue sans contester par la qualité des marques qui la composent.

Ensuite, les convives ont eu le privilège de visionner un court-métrage mettant en scène JoeyStarr, décrivant avec éloquence et conviction les nuances et les arômes uniques de chaque variété de rhum. La passion de l'artiste pour son métier et son engagement envers la qualité transparaissent à chaque image, suscitant enthousiasme et impatience pour la dégustation à venir.

Ludovic Kpodar et Guillaume Château, associés à JoeyStarr dans l'entreprise, ont ensuite pris la parole pour partager un aperçu précieux sur le processus de fabrication des spiritueux Carnival Sun Juice. Leur expertise et leur amour de l'artisanat se reflétaient dans les moindres détails de leur discours, décrivant avec passion l'histoire de chaque bouteille. Ils ont également vivement remercié les invités présents et réaffirmé leur plaisir d'être intégrés dans la grande famille Premium Craft Spirits, soulignant ainsi l'importance de cette soirée pour l'ensemble des équipes.



PASSION, DÉGUSTATION, ÉMOTION

Enfin, le moment tant attendu est arrivé : la dégustation. Les invités ont eu l'opportunité de savourer les trois références de Carnival Sun Juice : Tropical Barbados Rum, Guatemala & Belize Rum et Jamaican Rum, pures ou intégrées dans des cocktails classiques mais parfaits pour déceler la subtilité des arômes, comme le Daiquiri et le Old Fashioned. Les convives ont ainsi pu échanger leurs impressions et leurs expériences avec enthousiasme.

Certains journalistes ont également eu l'occasion d'interviewer JoeyStarr et Bernard Baud en exclusivité, dans un cadre plus intime et privilégié pour mieux appréhender la collaboration et la personnalité de ces deux hommes passionnés et passionnants.

Ce "RDV PCS" était une célébration de l'innovation et de l'excellence. De l'accueil chaleureux en début de soirée à la dernière goutte dégustée, cette soirée restera gravée dans les mémoires comme un moment magique, où l'art de la distillation et le pouvoir de la créativité se sont rencontrés pour créer une expérience véritablement inoubliable. Un grand bravo à Carnival Sun Juice pour cette réussite éclatante et cette soirée mémorable !

Par Émilie Bricet



LA MAISON SAINT JAMES A ÉTÉ ÉLUE RHUMERIE FRANÇAISE DE L'ANNÉE AU DERNIER CONCOURS INTERNATIONAL DE NEW YORK ET A REÇU LE PRIX DU SPIRITOURISME DE L'ANNÉE PAR ICONS OF RUM. L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

FAMILLE RICCI : NOUVELLE DYNASTIE ?

La famille a pour sa 3^{ème} participation orchestré un Rhum Fest de grande qualité, avec un stand et une équipe généreuse, aux petits soins pour les visiteurs. Dans un salon où la qualité ne manquait pas, les embouteilleurs indépendants ont su tirer leur épingle du jeu en donnant au public du salon de la qualité, et plus encore. PCS a profité d'un petit moment de détente pour échanger avec Morgan Ricci.

Vos attentes pour cette 10^{ème} édition du Rhum Fest ?

Mes attentes, c'est avant tout de participer à une belle fête. C'est un salon emblématique qui a participé à l'avènement du rhum en France. Notre but, c'est de montrer notre savoir-faire et de partager beaucoup d'humain avec l'ensemble des personnes qui viennent sur notre stand, particuliers comme professionnels. On a aussi été sollicités pour créer une cuvée du salon. Une belle réussite qui est partie en 20 minutes, signe d'un bel engouement.

Et l'actualité qui se dessine pour les semaines qui viennent ?

On va digérer le Rhum Fest où l'on a tout de même emmené 13 nouvelles cuvées et pas des moindres, notamment de vrais morceaux d'histoire de la Guyane par exemple, un Enmore de 34 ans et un Uitvlugt de 36 ans que l'on voulait absolument partager avec le public le plus large possible. La suite, c'est de calmer un peu le rythme des cuvées. On va retravailler différentes gammes pour rendre certaines choses plus lisibles pour le consommateur. On fait beaucoup de choses parce que l'on veut faire plaisir à tout le monde mais on va devoir faire des choix.

Qu'est-ce que l'on déguste chez Famille Ricci pour cet été ?

Si l'on veut partager des choses faciles pour l'été, je vais en choisir deux. Le Dynasty, un rhum d'assemblage de 5 provenances, un vrai tour du monde du rhum, c'est la grande famille du rhum réunie dans la bouteille comme j'aime



De gauche à droite : Simon-Pierre Carré, Morgan Ricci et Bernard Baud.

à le dire. C'est un assemblage avec une majorité de Guatemala, mais il y a de la Trinidad, de la Jamaïque et de la Thaïlande. On a donc de la complexité sur un rhum accessible à 40% avec des notes suaves et faciles, à partager sans se prendre la tête. Et sinon peut-être un Divergence, le n°1, qui est un Ti Punch' à lui tout seul où l'on retrouve la canne gorgée de sucre, avec une texture soyeuse due à l'élevage en amphore, parfait pour un moment festif l'été. Pour un public plus averti, qui veut vraiment comprendre notre travail, la cuvée 7^{ème} Symphonie qui englobe un travail assez complexe sur le vieillissement dans 7 barriques de 7 bois neufs différents, ce qui donne une complexité folle et des étages aromatiques énormes.

Comment vous résumer brièvement ?

Audacieux, passionné même si c'est dur de parler de soi (rires). Ce qui est certain, c'est que la passion nous anime et qu'on aime s'enrichir de nos expériences, des rencontres... Audacieux parce que l'on a été les premiers à travailler des assemblages que personne n'osait faire. Quand on marie un Caroni de 23 ans avec un Bielle il faut un peu de cran. On a été critiqués pour cela au départ mais je maintiens que mon plaisir, c'est de montrer autre chose grâce à l'assemblage en l'occurrence. À partir du moment où ça vaut le coup aromatiquement d'assembler deux rhums, même exceptionnels, il faut le faire, et je n'arrêterai jamais.

De manière plus globale, que retenez-vous du marché actuel ?

Un marché d'innovation, qui tire vers l'excellence mais attention à deux choses : l'innovation doit selon moi, respecter l'ADN du rhum, son essence. La deuxième chose, c'est le marché spéculatif qui s'est installé et qui nous fait perdre des consommateurs. Il faut absolument se rendre compte de la réalité du marché pour ne pas faire éclater la bulle qui a été créée. On aime faire des choses exceptionnelles, mais il faut qu'elles gardent du sens.

Un mot pour ce début de relation avec PCS ?

Je tiens à remercier évidemment Simon-Pierre Carré présent depuis le début et l'ensemble des personnes qui travaillent chez PCS, que ce soit la direction, les employés, les commerciaux, les gens du marketing, toutes les échelles, parce qu'ils font un sacré travail, qu'ils sont ambitieux. Tout le monde a cru en nous et apprécie notre philosophie de travail. Je suis persuadé que l'on va faire de belles choses avec PCS et que ça ne s'arrêtera pas demain.

Propos recueillis par Thomas Chartier

RÉTROSPECTIVE CULINARY COCKTAIL FUSION



Le 6 mars dernier, la scène cocktail de Sydney a vibré au rythme de la troisième édition des Compétitions Cocktails Massenez en Australie, un événement qui a su marquer les esprits tant par son niveau d'excellence que par son rayonnement international. Initiée en 2020 par la Distillerie Massenez, cette compétition témoigne de l'engagement indéfectible de l'entreprise en faveur de la promotion et de la transmission de l'art de la mixologie dans le monde entier.

La Distillerie Massenez, véritable fleuron du patrimoine régional français depuis plus de 150 ans, s'est imposée comme un acteur majeur sur la scène mondiale des spiritueux, grâce à son positionnement haut-de-gamme et à son savoir-faire ancestral. Elle incarne l'excellence française et exporte son expertise à travers le globe, consolidant ainsi sa réputation au niveau international.

Le Burrow Bar, lieu qui a accueilli le *Culinary Cocktail Fusion*, a été le théâtre d'une compétition intense où les talents se sont affrontés pour conquérir le titre prestigieux de créateur de cocktail de l'année. Le jury d'exception, composé de personnalités éminentes du monde de la mixologie, a eu la tâche ardue de départager les finalistes, parmi lesquels émergeaient des cocktails innovants et audacieux.

Dans un premier temps, les finalistes avaient 5 minutes pour réaliser et présenter des cocktails, qui leur ont permis de se qualifier pour la finale. C'est ainsi qu'Harry Gill et Bear Murphy, ont été sélectionnés pour la deuxième partie de ce concours durant laquelle ils ont dû inventer un cocktail à partir d'une « Mystery Box », composée d'une sélection de spiritueux de la Distillerie Massenez et de la Distillerie Prohibition.

Harry Gill, barman émérite du célèbre établissement australien « Cantina Ok ! » a été sacré grand vainqueur de cette édition, se hissant ainsi sur le devant de la scène de la

mixologie. Sa victoire témoigne de l'excellence et de la créativité qui caractérisent la scène cocktail australienne, mais aussi de l'ouverture et la reconnaissance dont bénéficie désormais la Distillerie Massenez, à l'échelle mondiale.

Cette compétition, qui a réuni des professionnels de toute l'Australie, a confirmé, une fois de plus, l'attrait universel pour l'art de la mixologie et l'importance croissante de l'Australie dans ce domaine. La récompense offerte à Harry Gill, un voyage exclusif à la Distillerie Prohibition, marque intégrante de Premium Craft Spirits, à Adelaide, souligne également le caractère international de cet événement qui transcende les frontières et célèbre la diversité et la richesse des cultures de la mixologie à travers le monde.

Place désormais à la Massenez-Bacardi QLD Competition, dont la finale se tiendra le 7 mai 2024 en Australie au prestigieux « La Luna Beach Club » sur la Gold Coast. À vos marques, prêts, shakez !

Par **Émilie Bricet**

LES COCKTAILS DES 6 FINALISTES

1. Cocktail YUKHOE par Joshua Hallissy



- 3 cl de Hartshorn Sheep Whey Vodka
- 2 cl d'Eau-de-vie de Poire Williams Massenez*



- 5 cl de Liqueur Golden Eight*
- 2 cl de Chojang Cordial
- 2 cl de Crème de pignons de pin

2. Cocktail SUNKISSED par Bec Bailey



- 2 cl de Cognac François Voyer VS infusé à la noix de coco grillée
- 3 cl de Champagne NV
- 2,5 cl de Liqueur de Fruits de la Passion Massenez*



- 2,5 cl de Sirop de mangue verte
- 2 cl de Jus de citron
- 9 cl d'eau
- 0,6 g de Gomme xanthane

3. Cocktail ASAM par Hamish Piper



- 2,5 cl d'Eau-de-vie de Poire William Massenez*
- 2,5 cl de jus de citron



- 1,5 cl de Liqueur citronnelle Massenez*
- 1 cl de Liqueur de Pandan Massenez*

4. Cocktail THE LOT par Sean Miller



- 9 cl de Milk Punch – recette de lait chaud infusé à la Liqueur Massenez La Baguette*, Betterave, Ananas et Cachaça



- 1,5 cl de Consommé de tomate et glutamate de sodium superposé au-dessus du Milk Punch

5. Cocktail HOLY TRINITY par Bear Murphy



- 3 cl de Vermouth Dolin Rouge infuse au bouillon de bœuf
- 1,5 cl d'Hartshorn Sheep Whey Vodka infusé au taboulé



- 2 cl de Liqueur de Tomate séchée Garden Party*
- 1 cl de Sirop de pain libanais
- Spray de solution saline

6. Cocktail du Gagnant PASSING-THE TORCH par Harry Gill



- 3 cl de Whisky Widow Jane Applewood infusé à la poitrine de porc
- 3 cl de liqueur de pomme verte Massenez*
- 3 cl de jus de citron



- 1,5 cl de sirop de fenouil
- 1 cl de blanc d'œuf
- 1 cl de siphon au jus de pomme et jus d'ananas
- Décoration : une pointe de siphon à la pomme et une tige de pomme



DÉCOUVREZ LA PURETÉ SINGULIÈRE
DES ESSENCES BOTANIQUES

THE
LONDON
ESSENCE
Co.

MIXERS D'EXCEPTION

londonessenceco.com



LES GRIOTTINES

SUBLIMENT LA VRAIE FORÊT-NOIRE DE TRADITION



Découvrez les différentes recettes de forêt-noire

Il y a un véritable engouement autour de la forêt-noire, un grand classique de la pâtisserie française, qui fait l'objet d'une sauvegarde dans la tradition, tout comme il déploie ses ailes de la créativité dans l'innovation. Son plébiscite s'explique dans sa dichotomie d'un volume voluptueux, puisque le gâteau jouit d'une belle hauteur, richement orné de copeaux de chocolat noir, de crème chantilly et de Griottines mais si délicat et aérien en même temps. Il évolue dans ses formes, sa taille et ses textures, ses couleurs, et saveurs. Il s'expose comme une œuvre artistique, se décompose, se déconstruit, se déstructure, prend de l'envol dans sa créativité, une hauteur poétique, devient allégorique, mais préserve religieusement trois marqueurs fondamentaux : le chocolat, la chantilly et les griottes. Sur cet accord tacite, des centaines de recettes naissent de l'esprit des pâtisseries amateurs éclairés et professionnels. De grands noms laissent une trace dans l'histoire des sucres, compressant la forêt-noire en cube, en galette, en tube à boire, mais aussi, en forme de griottes, en glace, en bonbon, il n'y a aucune limite à leur créativité, l'emportant en street-food, déclinée façon tartelette ou barre finger-food.

UN DESSERT ICONIQUE

« C'est un dessert iconique et mondialement connu », s'exclame **Mercotte**. « Il s'invite sur les tables dominicales et familiales, pour les anniversaires, dans les salons de thé et à la carte des restaurants. Il plaît au plus grand nombre avec son chocolat, le moelleux de la crème, et

le fruité des cerises », constate le célèbre jury de l'émission du Meilleur Pâtissier sur M6. « Il est au programme des C.A.P., car les jeunes en formation doivent connaître les bases de la pâtisserie française. La génoise, c'est LE biscuit de base par excellence. Il a tous les stigmates des recettes anciennes avec de l'alcool, qui permettaient de conserver les préparations et apportaient aussi de la digestibilité en fin de repas ». « Quand j'ai commencé mon apprentissage, le premier dessert que je me souviens avoir réalisé était une forêt-noire ! », évoque **Guillaume Gomez**, Meilleur Ouvrier de France, ancien chef de l'Élysée et Ambassadeur de la Gastronomie française, représentant personnel d'Emmanuel Macron. « Je travaillais au restaurant « Le Traversière », un bistrot chic à Paris, et chaque jour, je produisais des forêts-noires. C'était LE gâteau d'anniversaire. C'est dire si j'en ai dégusté, car cerise sur le gâteau, nous rajoutions des Griottines de chez Peureux. C'était la première fois que j'en goûtais et j'adorais », sourit Guillaume Gomez, nostalgique.

« LES GRIOTTINES FERONT TOUTE LA DIFFÉRENCE »

« Nous l'avons souvent eu comme sujet d'épreuve dans l'émission du Meilleur Pâtissier », constate **Mercotte**. « C'est un dessert très aimé, qui superpose des couches de génoise au chocolat, chantilly, et griottes », énumère la célèbre pâtissière. Mercotte préfère rajouter des griottes qui amènent une légère acidité et sont

dépourvues d'alcool. Mais, fine connaisseuse elle précise : « Les Griottines qui sont des griottes imbibées, sont rajoutées dans la vraie forêt-noire de tradition, car la teneur en alcool va renforcer les arômes ». Pour sa version de La forêt-noire « version drômoise », une version light, elle rappelle de faire la veille sa génoise au cacao, de bien l'imbiber avec du kirsch, de faire une chantilly au chocolat et de monter le gâteau à l'envers. « Je suis pour l'innovation, du moment qu'on garde les fondamentaux après libre à chacun des formes et des goûts, mais l'appellation forêt-noire, impose un triptyque minimum ».

« Il y a trente ans, c'était un dessert à la mode, réalisé dans les foyers, mais aussi dans les grands restaurants gastronomiques. La seule chose qui va différencier le gâteau classique du grand gâteau, c'est l'ajout des Griottines », martèle **Guillaume Gomez**. « C'est vraiment pour moi le dessert par excellence et le produit phare qui fait le dessert. Je l'avoue ; c'est mon petit péché mignon. Je regrette d'ailleurs que certains pâtisseries, sous prétexte de modernité, ou de créativité, s'en éloignent. C'est aussi un produit français très important, qui s'exporte au même titre que le citron de Menton ou le chocolat Valrhona. Tous les pâtisseries du monde connaissent la forêt-noire et les Griottines de la maison Peureux ».

DE LA SCHWARZWÄLDER-KIRSCHTORTE À LA VERSION VÉGANE

La recette ancestrale « Schwarzwälder-Kirschtorte » signifie littéralement gâteau aux cerises de la Forêt-Noire. La Forêt-Noire est une région, dans le sud-ouest de l'Allemagne, voisine de l'Alsace, en France, réputée pour son eau-de-vie de cerises (kirschwasser) qui entre dans la composition de cette recette. Faut-il y percevoir les codes couleurs du triptyque du costume traditionnel des habitants de la Forêt-Noire ? Noir (chocolat), rouge (griotte) et blanc (chantilly) ? Il faut attendre 1934 pour observer la première mention écrite du gâteau de forêt-noire, composée d'une pâte sablée aux noisettes (à la place de la génoise) recouverte d'abord de confiture de cerises, puis d'une couche de noix aromatisée au kirsch et au sucre. Par-dessus, deux couches de crème au beurre et un ensemble fait de chantilly et de cerises. Dans les années 1930, le gâteau était connu surtout à Berlin et dans les pâtisseries des grandes villes allemandes, autrichiennes et suisses. Avant cette date, les gâteaux à la crème étaient peu répandus, car il était difficile de les conserver. Avec l'apparition des

réfrigérateurs, il connut un vif succès jusqu'à devenir le gâteau préféré des Allemands. Au début du 20^{ème} siècle dans un café étudiant à Bonn, elle était servie en dessert à l'assiette avec des griottes chaudes nappées de crème et d'un coulis de chocolat. Les amateurs voulant emporter ce dessert, il s'est alors transformé en entremet sur une base de génoise au chocolat. Depuis 2006, un festival éponyme se déroule à Todtnauberg avec un concours, qui aboutit à un record de la plus grande forêt-noire, mesurant près de 10 m de diamètre, pour une superficie de 80 m² et un poids 3 000 kg. C'est à Europa-Park que cette recette géante a été concoctée utilisant 700 litres de crème, 5 600 œufs, 800 kg de cerises, 40 kg de copeaux de chocolat et 120 litres de kirsch. Quelques années plus tard, Singapour témoigne d'une forêt-noire pesant 500 kg. Une démesure ! Puis les modes, comportements et tendances à la consommation se révolutionnent comme les recettes de gâteaux. C'est le règne du moins de sucre, des intolérances, et de nouvelles convictions alimentaires. La forêt-noire devient végane. Elle se décline sans génoise avec un biscuit sans farine pour répondre au gluten free. La version végane est bluffante. Visuellement, le gâteau est beau et gourmand, il est proposé avec ou sans le kirsch chez Vélicious à Strasbourg. Elle est 100% végétale et aux Griottines.



forêt-noire moderne par Marie Wucher

LES BONNES ADRESSES

À la **Fourchette des Ducs** à Obernai, **Serge Schaal** et **Nicolas Stamm-Corby** ont créé un dessert « Comme une forêt-noire à l'eau-de-vie Massenez et Griottines pour fêter les 150 ans de la distillerie Massenez. Leur chef pâtissier, **Jessy Rhinn-Auvray**, a revisité la forêt-noire, composée d'une crème fouettée à l'eau-de-vie Kirsch-Vieux Massenez, et agrémenté de Griottines. **Bernard Baud**, président de Peureux-Massenez salue ce mariage parfait : « *Le repas gastronomique des Français, classé au patrimoine culturel et immatériel de l'Humanité, s'achève avec le traditionnel digestif. Un dessert aussi raffiné dans un restaurant 2 étoiles au Guide Michelin, fait honneur aux distillateurs.* »



forêt-noire revisitée aux Griottines flambées au kirsch de Fougerolles AOC par Cédric Bongéot

Découvrez la soirée « Ô de Vie »

Christophe Felder et **Camille Lesecq** élaborent une forêt-noire, véritable synthèse de tout leur savoir-faire dans l'excellence sur le socle de la tradition, tandis qu'à Niedermorschwihr, **Christine Ferber** la dépose sur une tarte de pâte sablée aux noisettes et au pralin, garnie d'une fine couche de ganache au chocolat noir, de griottes puis de crème chantilly. À Strasbourg, rue de la Forêt-Noire (un nom prédestiné) la **pâtisserie Ziegler**, en a fait sa réputation ; et celle de **Marie Wucher-Bonnard** - au Parc à Obernai - exulte ses arômes en entremets individuels. Elle a réalisé sa recette emblématique à Shanghai lors de la 5^{ème} édition de la **Griottines Week**, pour Baker's Kingdom l'unique Ambassade Griottines à l'étranger. Elle a également eu l'honneur de réaliser une forêt-noire aux Griottines dégustée par tous les chefs étoilés Michelin français, lors de la grande soirée « Ô de Vie » à la distillerie Massenez, la veille de la cérémonie en mars 2023.

À Paris, la **pâtisserie Stohrer** la plus ancienne pâtisserie de Paris (fondée en 1730 par Nicolas Stohrer, pâtissier du roi Louis XV), la fait craquer dans une coque en chocolat avec un glaçage gourmand, une crème vanille et des cerises confites. **Cédric Grolet** rajoute un praliné chocolaté, un confit de griottes et une corolle de chantilly vanille sous une Griottines, tandis que **Jeffrey Cagnes**, qui a ouvert Maison Jeffrey Cagnes Paris en 2022, y dépose un voile de gelée de griottes sur sa ganache vanille et **Christophe Michalak** la revisite avec des cookies, de la gelée de framboise et des griottes Amaréna. Henri Desmoulin, lauréat de la saison 4 du "Meilleur Pâtissier", l'incarne dans une grosse pomme-cerise, bien brillante. Il la joue solitaire en pâtisserie individuelle avec une compotée de griottes, une mousse de lait au kirsch et mousse au chocolat, le tout enrobé d'une coque de chocolat et d'un glaçage pourpre. Celle de **Mickaël Azouz**, maître chocolatier-pâtissier, champion du monde en pâtisserie 1989, associe la génoise chocolat avec une mousse « Chipolata » et Griottines escortés d'une armée de Griottines bien rangées sur deux étages.

En 1972, **Mickaël Azouz**, avait créé les premiers bonbons au chocolat aux Griottines. **Olivier Bajard**, Meilleur Ouvrier de France Pâtissier 1993 et Champion du Monde des Métiers du Dessert 1995, combine le sirop de Griottines réalisé avec du kirsch et une liqueur. **Gilles Marchal**, ancien chef du Plaza Athénée et du Bristol, les transforme en compotée pour fourrer sa forêt-noire, décomposée et recomposée d'une mousse au chocolat, mousse Jivara lactée très légère, crème fouettée, craquant de chocolat. « *Le kirsch n'est pas dans la forêt-noire, mais dans la glace, ce qui permet d'alléger le dessert en alcool et d'équilibrer les saveurs* », explique-t-il. « *Les Griottines sont bien égouttées et le jus est récupéré et bouilli avec un gélifiant pour donner un aspect un peu ferme à l'ensemble. Enfin, la cigarette, garnie de Griottines apporte du croustillant au dessert et un côté surprise à l'ouverture. Un dessert qui permet de retrouver des goûts francs tout en étant innovant.* »

Des centaines de recettes et interprétations de ce dessert planétaire existent et sont toutes aussi excellentes les unes que les autres, mais une chose est sûre, une forêt-noire ne saurait se passer de Griottines !

Par Sandrine Kauffer



forêt-noire par Alexis Bouillet

GUILLAUME GOMEZ

« JE SUIS TOUJOURS FIER DE FAIRE DÉGUSTER LE SAVOIR-FAIRE ET L'EXCELLENCE DES PRODUITS FRANÇAIS »

Depuis 2021, **Guillaume Gomez**, l'ancien chef des cuisines de l'Élysée et Meilleur Ouvrier de France 2004, a été nommé Ambassadeur de la gastronomie et de l'alimentation par le président de la République Emmanuel Macron. Il parcourt le territoire français, multiplie les voyages officiels à l'étranger. Sa mission est la défense et la promotion de toute la filière des métiers de la restauration, et de les faire rayonner en France et à l'international.

Quelle est la place des eaux-de-vie dans la gastronomie ?

« En 2010, l'UNESCO a classé le « repas gastronomique des Français » au patrimoine culturel et immatériel de l'humanité. Le travail des vignerons et des distillateurs fait partie intégrante de notre savoir-faire et de notre patrimoine gastronomique », mentionne Guillaume Gomez. « Il faut bien constater qu'au restaurant la consommation d'alcool est limitée. J'échange souvent avec les sommeliers pour qu'ils puissent mettre en place un forfait boisson et prévoir un spiritueux en fin de repas. L'apéritif pourrait, dans ce cas, être un cocktail sans alcool. Le digestif est un moment de partage privilégié et le plaisir de prolonger la convivialité de la tablée. »

Est-ce que les eaux-de-vie ont besoin d'un soutien ?

« Oui bien évidemment ! Et toujours, car même si les produits français sont connus et reconnus mondialement, il ne faut pas s'endormir sur nos lauriers. Je voyage beaucoup et les produits Peureux Massenez me sont souvent proposés dans le monde entier. C'est une fierté. Je salue leur entrepreneurial et leur dynamisme pour rester attractifs et compétitifs. Mon rôle d'Ambassadeur est aussi de défendre ce travail et de soutenir l'innovation. »

Des exemples d'innovation ?

« J'étais au salon EGAST à Strasbourg en mars 2024, un salon que j'aime tant et qui a changé



Découvrez Guillaume Gomez sur le stand Massenez à Egast

ma vie puisque j'y ai remporté mon premier concours en 1998. J'y étais avec une délégation de chefs du Club des Chefs des Chefs, un club très élitiste et exclusif, composé uniquement des chefs cuisiniers des chefs d'État, donc un membre par pays.



Je les ai emmenés sur le stand Peureux Massenez et nous avons été surpris par la dégustation très originale d'une liqueur de Roquefort. D'abord curieux, nous en sommes devenus gourmands. Les chefs ont été unanimes sur la qualité et le savoir-faire distillé dans ce nouveau produit. La liqueur de café Djebenah Buna élaborée en collaboration avec Vincent Ballot, Meilleur Ouvrier de France Torréfacteur 2018 est une pure merveille! Issue d'un café de spécialité biologique, cette liqueur est le fruit d'une collaboration d'un grand torréfacteur et d'un grand distillateur. J'étais particulièrement fier de faire découvrir à des chefs étrangers le savoir-faire et l'excellence des produits français.

Je me souviens de la soirée « Ô de vie » organisée la veille de la cérémonie du guide Michelin en 2023 à la distillerie Massenez en Alsace. C'était une soirée incroyable. Tous les chefs étoilés Michelin invités, mèn parlent encore. De la scénographie, à la choucroute incroyable, avec en apothéose l'arrivée des grandes boîtes à bijoux pour déguster la tartine liquide avec la Liqueur de Roquefort et la Liqueur de Pain La Baguette. Les deux liquides se complètent et s'unissent pour devenir, ensemble, la première tartine liquide au monde, une expérience sensorielle inédite en mixologie. Élodie Naslin, Bernard Baud ainsi que leurs équipes sont incroyables, des moteurs dans l'industrie de l'art de la distillerie. Je salue leur courage d'entreprendre, la manière innovante de faire connaître leur maison et leurs créations, mais aussi de faire rayonner une profession et un territoire. Ils créent un vrai lien avec la profession, qui va au-delà de simplement



De gauche à droite : Bernard Baud, Gilles Bragard - fondateur du Club des Chefs des Chefs, Élodie Naslin et Guillaume Gomez.

envoyer un commercial dans les restaurants. C'était un événement très intelligent, un pari audacieux, couronné de succès ».

Un péché mignon chez Peureux-Massenez ?

« Oui, j'adore les Griottines. Je les ai découvertes, jeune, en apprentissage, quand je faisais tous les jours des forêts-noires. Elles convoquent de bons souvenirs. Je regrette que certains pâtisseries, sous prétexte de modernité, s'éloignent des classiques de la pâtisserie française. Mais, les Griottines sont incontournables, elles apportent le pep's qui sublime une recette. Elles sont macérées dans une liqueur légèrement kirschée et accompagnent les plus grands chefs du monde entier ».

Propos recueillis par Sandrine Kauffer

LE PORTRAIT CHINOIS de Guillaume Gomez

- UN LIVRE DE CHEVET :** « Où tu porteras mon deuil » de Dominique Lapierre
- UN PLAT PRÉFÉRÉ :** une bonne choucroute traditionnelle
- UN PLAT D'ENFANCE :** la quiche lorraine
- UN DESSERT PRÉFÉRÉ :** la forêt-noire
- SI TU ÉTAIS UN HÉROS :** Superman
- SI TU ÉTAIS UN ANIMAL :** un aigle
- UN FILM CULTE :** Le Grand restaurant, L'aile ou la cuisse, La folie des grandeurs
- UN ALBUM MUSICAL DE RÉFÉRENCE :** j'achète tous les albums des « Enfoirés »
- UNE DEVISE :** « Toujours se faire remarquer par la qualité de son travail »

PETITE PSYCHOLOGIE DE L'APÉRO



Yannick Descharmes, Psychologue, Psychothérapeute
Thérapie cognitivo-comportementale basée sur les processus et Thérapie d'acceptation et d'engagement

Et si l'apéro avait des vertus thérapeutiques ? Le caviste entrerait alors dans la catégorie des professionnels de santé. C'est tout de même saugrenu tant l'alcool est associé à une dégradation de la santé, et pourtant...

Ah, l'apéro... les amis, les rires, les amuses bouches partagés autour d'un verre, ce moment où on parle de tout et de rien, où on passe juste du bon temps... L'apéro nous fait du bien : on lâche prise, on s'ouvre à l'autre, on s'extrait de son destin : on existe tout simplement. Ses vertus se résument en trois mots : s'estimer, lâcher-prise, se soigner.

Après un premier livre « trouver son bonheur », le psy rock and roll Yannick Descharmes nous décrypte les enjeux de santé mentale qui se jouent dans cet espace de socialisation sous-estimé mais hautement porteur. Comment ce moment festif stimule notre sens du collectif et réveille l'animal social qui sommeille en nous. Parce que le bonheur se vit et se décuple à plusieurs ! Attention ce que vous tenez entre les mains n'est pas un livre

sur l'apologie de la beuverie et autre goinfrerie. Non, il s'agit bel est bien d'une ode à cette occasion hautement thérapeutique, ce moment où corps et esprit ne font qu'un dans une danse où plaisir et décontraction s'entremêlent, une danse propre aussi à soigner les âmes en peine. Santé !



L'APÉRO, C'EST QUOI ?

Mais alors, qu'est-ce que l'apéro, métonymie du terme « apéritif » ? Plus que de s'enfiler des petits-fours dans le gosier et de buller, l'apéritif est, à l'origine, une médecine ! En effet, apéritif est un terme de médecine ancienne (XII^e siècle.) dérivé du verbe latin aperire qui a donné ouvrir. Le mot qualifie d'abord les médicaments qui non seulement « ouvrent » les voies d'élimination, mais aussi correspondent à « qui stimule, ouvre l'appétit ».



Une boisson

L'apéritif, ou plus communément l'apéro, est bien une boisson servie avant le repas, souvent alcoolisée et historiquement contenant des plantes aux vertus apéritives. Digérer et ouvrir l'appétit, nous l'avons vu et allons l'approfondir dans les chapitres suivants. C'est peu de le dire qu'il ne date pas d'hier. En

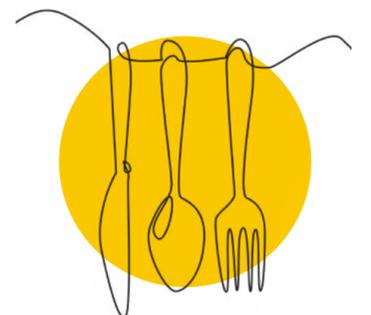
*Rey, A. (2011). Dictionnaire historique de la langue française. Le Robert.

effet, dans toutes les cultures, à toutes les époques, on relate la présence de ce breuvage. Les Assyriens buvaient du vin de palme, les Grecs partageaient des symposions – littéralement « réunion de buveurs » issu du grec symposion signifiant banquet. Maintenant que vous savez ça, ce sera plus compliqué d'expliquer à votre conjoint(e) que vous allez à un symposium professionnel réunissant d'importants scientifiques. Elle ou lui pensera que vous allez faire la tournée des bars, une fois le congrès fini. Sans faire un article complet sur toutes les boissons du monde, sachez que toutes les cultures ont leur boisson alcoolisée (toujours pour leurs vertus citées plus haut) et il en va quasiment de leur inscription au patrimoine culturel local. Un étendard dans lequel chacun se reconnaît. Le pastis aux Marseillais, le vermouth aux Italiens, et que dire de la bière qui morcelle le monde en autant de territoires qu'administrent les micro-brasseries du coin ? Les chiffres de consommation se quantifient en millions de litres chaque année et force est de constater que cette consommation n'est pas le fruit du hasard comme nous verrons plus loin.

Un mets

Mais l'apéro n'est pas une boisson, une simple décoction. Par extension, l'apéritif désigne aussi la collation qui précède le repas, là sont les amuse-

gueules, les petits-fours. Des cacahuètes de comptoir (celles avec la peau !) aux tapas espagnoles et autres antipastis italiens, là aussi la culture s'immisce. Le Vieux Continent n'est pas le seul à porter aux nues chips et autres mets à croquer. On retrouve effectivement la kémia maghrébine ou encore les zakouski russes mais aussi, au Japon, les otsumami (qu'on peut traduire par « amuse-gueules »). Il ne s'agit pas de mets spécifiques à l'apéritif mais plutôt de mini-portions de plats qui accompagnent d'ordinaire les repas. Tout un monde à l'apéro. Là encore, l'idée de ce livre n'est pas de recenser la diversité des mets et des boissons mais bel et bien de comprendre en quoi ces boissons et aliments nourrissent notre bien-être autrement que par leurs effets physiologiques. À la vue de toute l'énergie mise par chacun dans la confection de ces préparations, on peut parler ici de pratique artistique ! Oui, l'apéro est un art pratiqué par des artistes et consommé par des amateurs.





Une pratique artistique

Il n'y a donc qu'un pas pour penser que l'apéro est une science, que dis-je ?, un art. Une pratique en trois temps, une boisson certes, des aliments, mais aussi et avant tout un moment. Ces trois éléments relèvent tous de la pratique artistique. C'est ici aussi que se pratique la santé mentale positive (développer et entretenir sa santé mentale) tant on sait que la créativité possède des bienfaits et que l'art c'est bon pour soi. Les Grecs déjà en faisaient un des deux piliers de développement de soi avec la pratique de l'activité physique.

En effet, l'apéro est bien un art, noble, beau, grand ou non, on s'en fiche bien. C'est un art qui répond à des codes, à une technique, à un but. Il y a bien ici la mise en place d'habiletés pour parvenir à un effet, une façon d'être et d'agir. Les lapins ne boivent pas l'apéro. C'est une activité proprement humaine pour le meilleur et pour le pire, on le sait. Prenons le meilleur dans ce livre. La liesse sans ivresse. Un art, vous en doutez ? Visez un peu. Quelle créativité en termes de boissons ! En effet, il y a l'apéro à la mode : voyez le Spritz italien déferler sur l'Hexagone avant que d'autres lui ravissent la place. Pensez donc au pastis dont les dosages font débat - à chacun le sien. Pensez au punch dont chacun possède sa recette secrète et en fait son « appellation d'origine protégée ». Une pratique, une recette, un secret. Et que dire des macérations de poire, de feuilles diverses à la « tu m'en diras des nouvelles » ? Maîtresse de la pratique artistique, la créativité est

de mise, entre revisite contemporaine et classicisme. L'apéro a ses codes autant qu'il possède sa mise en scène. Point de sucré, s'il vous plaît. En fait si, mais dans ces moments peu importe le flacon. Et justement il n'est toujours pas question d'ivresse ni d'abus. Notons ici simplement que l'apéro, en tant que boisson, respecte des codes dignes d'un art et n'a rien à envier aux codes esthétiques des *fashion weeks* parisiennes. Les aliments respectent les mêmes règles créatives où chacun cherche à exprimer, son inventivité. Il y a de l'énergie dans la cuisine de chacun, des aliments qui accompagnent les boissons, un amour pour la création, un renouvellement des codes, une transgression des règles. Revisitez le guacamole avec une épice venue d'ailleurs pour le sublimer et vous pourrez l'ajouter à la longue liste des mets apéritifs avec un goût de jamais vu...

Telle est la fonction de l'art, sublimer la matière, l'envelopper de symbolique d'amour et de partage. Il y a dans chacun des cocktails, chacun des plats imaginés, un peu de l'identité de celui ou celle qui les a fait naître. L'apéro est ainsi une maïeutique où chacun en vient à faire naître une œuvre, où chacun des convives s'installe comme au théâtre et déguste cette représentation de soi. La créativité ne s'arrête pas là. Car lorsqu'on parle d'art, on ne peut s'arrêter sur l'esthétisme et la science du beau. Notons que dans cette entreprise créatrice, les couleurs, les agencements font partie d'un dessein plus large. Souvenez-vous d'un apéro chez des amis : dès le premier regard porté sur cette table basse, quelle émotion avez-vous ressentie à la vue des petits-fours posés dans un agencement qui ne devait rien au hasard ? Quelle émotion ressentons-nous à la vue d'un magnifique cocktail aux couleurs et textures mélangées, de cette bière avec ou



sans alcool sublimée par le verre adéquat ? Pour quelles fonctions ? Eh bien, les mêmes que toute production artistique. Notons cependant qu'autant de codes esthétiques ne peuvent être le fruit du hasard. Ce livre n'est pas un chapitre sur la fonction de l'art en psychologie mais reconnaissons simplement qu'il y a ici une vertu de communication. Une vertu d'expression de soi, une valeur de partage. En résumé, cette production mêle donc toutes les fonctions psychologiques de l'art. Vu du côté de l'artiste, il y a une saine affirmation de soi : « c'est toi qui as fait tout ça ? Oui, c'est moi ». Ce moi, qui peut certes se prendre pour le centre d'un monde, est une façon d'exister, une façon de s'estimer. Il y a bien évidemment le plaisir lié à la production artistique, mais il en dit aussi assez long sur la représentation que la personne se fait du monde, des autres et de soi-même. Laissons là la psychanalyse. Du côté de l'amateur, il y a bien sûr la contemplation de l'œuvre, il y a se laisser toucher par le beau, le simple, le complexe, se laisser aussi toucher par le message personnel porté. On cultive des émotions agréables comme on cultiverait un jardin ici personnel mais aussi un jardin collectif. Un « bienvenue », un « je t'aime ». Il y a des personnes qui se retrouvent autour d'une œuvre créée pour être consommée. Et tel est bien le troisième élément de l'apéro. C'est une boisson, un aliment mais aussi et je dirais même avant tout, un moment. Moment situé, pas n'importe comment, dans l'espace et le temps.



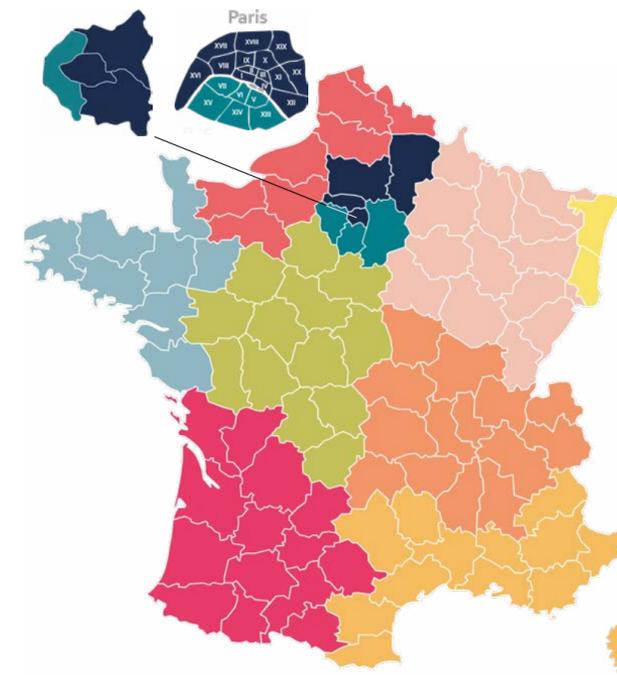
Un moment

Oui, l'apéro est un moment, un rituel qui marque la séparation entre le travail et la détente, un moment de convivialité. Un moment sociologique où les êtres se rencontrent, se retrouvent, où l'on se parle. En ça, ce moment de l'apéro est une institution. Là est aussi une de ses fonctions psychologiques : échanger, se retrouver, se sentir comme faisant partie d'un tout. Une communauté d'êtres humains ayant plus de points communs qu'ils ne le pensent. Il y a là aussi de l'esthétique, un art de bien recevoir cher à Nadine de Rothschild, une scénographie qui exprime à elle seule beaucoup plus qu'on ne le pense et surtout qui apporte bien plus qu'on ne l'imagine. Mais avant de poursuivre sur ces bienfaits psychologiques, qui me font penser durant mes séances face à mes patients « mais allez boire l'apéro plutôt que de venir me voir », il y a un angle tout à fait saugrenu que j'aimerais partager avec vous. Et si l'apéro était un processus darwinien ?



De gauche à droite : Jean-Marie KEROURIN, Claire MANSSENS, Thomas COQUEAU, Alexis QUINTARD, Stéphane PELTEY, Julien PONCIN, Morgane CHARTIER, Noémie JUNG, Alexandre BROUSSON, Rodolphe FAVEREAU, Lucas ROCHEBLAVE, Aude RIVALLAND, Bernard BAUD et Simon-Pierre CARRÉ.

CONTACTEZ LE RESPONSABLE COMMERCIAL DE VOTRE SECTEUR !



- Jean-Marie KEROURIN | DNV**
jm-kerourin@peureux.com
06 12 14 31 63
- ALSACE**
Noémie JUNG
n-jung@massenez.com
06 23 28 93 76
- BRETAGNE - VAL DE LOIRE**
Alexis QUINTARD
a-quintard@peureux.com
06 11 48 19 56
- BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ**
Lucas ROCHEBLAVE
l-rocheblave@peureux.com
06 11 08 49 13
- CENTRE VAL DE LOIRE**
Thomas COQUEAU
t-coqueau@peureux.com
06 11 14 32 16
- ÎLE-DE-FRANCE**
Claire MANSSENS
c-manssens@peureux.com
06 10 44 19 07
- SUD OUEST**
Rodolphe FAVEREAU
r-favereau@peureux.com
06 17 11 74 43
- Aude RIVALLAND**
a-rivalland@peureux.com
06 46 46 94 35
- SUD MÉDITERRANÉE**
Alexandre BROUSSON
a-brousson@peureux.com
06 23 52 97 42
- NORMANDIE**
Morgane CHARTIER
m-chartier@peureux.com
06 03 37 62 56
- CENTRE RHÔNE-ALPES**
Julien PONCIN
j-poncin@peureux.com
06 10 10 11 97

Édité par Premium Craft Spirits

Siège social : 43 avenue Claude Peureux - 70220 Fougerolles

Directrice de publication & Rédactrice en Chef : Élodie Naslin | Ont participé à la rédaction : Sébastien Foulard, Rachele Lemoine, Press For You, Yannick Descharmes, Sandrine Kauffer-Binz, Noée Baud, Émilie Bricet, Thomas Chartier | Régie : Noée Baud et Émilie Bricet | Montage : Élise Pourchet
Service commercial : contact@premiumcraftspirits.fr
Impression : Ganboa | n°ISSN : ISS 2823-0892

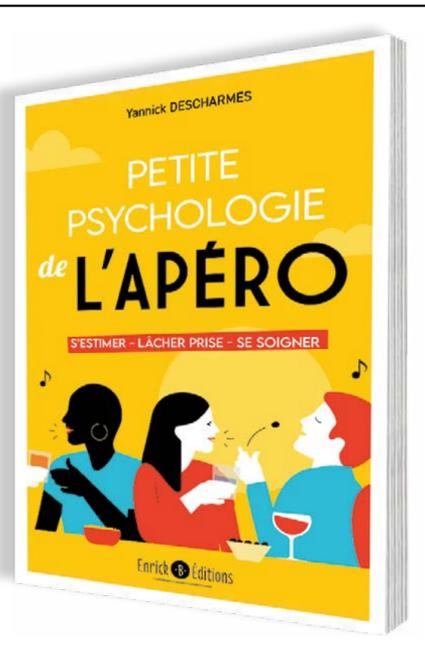
DÉCOUVREZ L'INTÉGRALITÉ DU LIVRE !

DISPONIBLE EN LIBRAIRIE



Découvrez le pitch de Yannick Descharmes

@eolepsy




Massenez®

L'ESPRIT DU LUXE
150 ANS

SÉLECTIONNÉ PAR
Premium
**Craft
spirits**
des Hommes, des Gestes, un Partage



DISPONIBLE
SUR L'ESPACE
PRO !



MASSENEZ.COM

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