



SPÉCIAL VINS DE FÊTE

INTERVIEW

L'irrésistible ascension des spiritueux

Thierry Bénitah, patron de *La Maison du Whisky*, retrace, sans modération, la saga des alcools forts en France



Le whisky est aujourd'hui le premier spiritueux consommé par les Français. Votre père a été bien inspiré en 1961 lorsqu'il a ouvert sa première boutique à Paris...

En 1961, la consommation de whisky en France représentait 1,5 million de bouteilles, contre 200 millions aujourd'hui. Lorsque mon père a ouvert sa première boutique dans le 16^e arrondissement, il répondait, en quelque sorte, à la demande des soldats américains présents en France dans l'après-guerre. Le whisky ne faisait pas encore partie des habitudes de consommation des Français. Une cinquantaine de produits était alors proposée, essentiellement des blends (assemblage de whiskys single malt et de whiskys de grain) tels que Black & White ou Johnnie Walker. A l'époque, il s'agissait de

produits très haut de gamme, dominés par les single malt dans leur assemblage (99% contre 88% aujourd'hui), et que l'on consommait majoritairement *on the rocks* ou avec des sodas. Dans la boutique, on trouvait également de la tequila, du gin et de la vodka, mais en petite quantité. Il s'agissait, pour l'essentiel, de fournir des bars parisiens comme le Harry's Bar. Enfin, quelques cognacs et armagnacs constituaient le reste de l'offre.

A quand remonte l'engouement des Français pour les single malt écossais, dont ils sont aujourd'hui les premiers consommateurs au monde en volume ?

Mon père a commencé à importer les premiers à la fin des années 1960. A cette époque, la plupart d'entre eux étaient destinés à entrer dans la composition des

blends, lesquels représentaient alors 98% de la consommation française de whisky. Des distilleries écossaises comme Glenlivet et Glenfiddich ont été des pré-curseurs dans la catégorie des single malt. Progressivement, l'offre s'est étoffée, les premiers whiskys tourbés (1) sont apparus au début des années 1970. Ce style de whisky était très différent des single malt consommés jusqu'alors, comme The Macallan ou Aberlour, originaires du Speyside, dans le Nord-Est écossais, et très en vogue à l'époque. Pas de notes tourbées ou fumées pour ces derniers, mais de la rondeur, du fruité et des épices. Il faudra attendre la fin des années 1980 pour que les whiskys tourbés deviennent particulièrement prisés des Français, notamment à travers les célèbres distilleries Lagavulin, Laphroaig, Caol Ila... Au début des

BERNARD WENDLER



années 1970, un Lagavulin 12 ans d'âge ne coûtait que 20 francs. Aujourd'hui, pour s'offrir cette même bouteille, il faut débours 6 000 euros.

A votre arrivée en 1995 dans la société familiale, quel objectif vous êtes-vous fixé ?

En tant que société familiale et indépendante, nous devions affronter la concurrence de la grande distribution. Cette dernière avait fortement investi le marché des single malt par l'intermédiaire des grands groupes comme Diageo et Pernod Ricard, propriétaires de nombreuses marques de whiskys, notamment écossais. Au milieu des années 1990, une enseigne comme

Auchan proposait jusqu'à cent références de single malt. Pour nous démarquer, nous avons référencé de plus petites distilleries écossaises, souvent méconnues des consommateurs français. De 300 références en 1995, nous sommes passés à 1 000 trois ans plus tard, en allant dénicher tout ce que l'Ecosse pouvait offrir en whiskys de niche. Aujourd'hui, nous en affichons plus de 2 000, de tous horizons.

A partir de 2000, c'est vers le Japon que se tournent les amateurs de whisky...

Oui. La demande pour ces whiskys très qualitatifs va véritablement exploser entre 2000 et 2010. Ils possèdent une

vraie originalité tant par leurs qualités intrinsèques que par leur packaging, le cérémonial qui entoure leur dégustation et l'amour que leur portent les Japonais. La France est devenue le premier pays consommateur de whisky japonais en volume, avec une spécificité : Nikka, le numéro 2 au Japon, est leader dans notre pays devant Suntory, champion au pays du Soleil-Levant.

Comment gérez-vous la pénurie de certains vieux whiskys écossais et japonais que déplorent de nombreux amateurs ?

Les distilleries écossaises ont stoppé leur production entre 1975 et 1985 en raison de la crise économique qui sévissait à l'époque. Ce « trou » dans l'offre de vieux whiskys ne peut donc être comblé. A partir de 2010, l'explosion de la demande en whisky japonais a également asséché les stocks de vieux whiskys. Mais cette pénurie ne présente pas que des inconvénients. Elle a permis l'émergence d'autres pays producteurs de whisky dans le monde entier, comme l'Inde, Taïwan, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la Suède et bien sûr la France, auxquels nous nous sommes très vite intéressés. Le whisky américain, déjà connu des Français, est actuellement en plein développement, avec la présence de nombreuses microdistilleries réparties sur l'ensemble du territoire. Il recèle un énorme potentiel.

Constatez-vous une montée en puissance des autres spiritueux ?

L'émergence, depuis ces cinq dernières années, de l'univers du cocktail a mis sur le devant de la scène d'autres alcools comme la vodka, le gin et le rhum. Ce dernier représente 15% de nos ventes et s'impose de plus en plus comme une véritable alternative au whisky. En entrée de gamme, moins onéreux que le whisky, le rhum a tendance à se substituer à certains blends. Les rhums agricoles (élaborés à partir du jus de canne à sucre et non de mélasse comme pour les rhums industriels) rencontrent un véritable succès auprès des Français. Ils sont devenus une catégorie majeure dans notre pays. Enfin, dans la catégorie « premium », les rhums âgés, extrêmement qualitatifs, séduisent de plus en plus les amateurs de whisky. Ils peuvent, en quelque sorte, compenser la rareté des vieux flacons de cette catégorie. □

(1) Ces whiskys proviennent généralement de l'île d'Islay, dans le sud-ouest de l'Ecosse, en partie recouverte de tourbières. La tourbe est utilisée comme combustible pour sécher le malt, ce qui apporte au whisky des arômes fumés et tourbés.



Les coups de cœur de Thierry Bénitah

Parmi l'offre de La Maison du Whisky pour cette fin d'année, Thierry Bénitah nous présente cinq de ses flacons préférés



AMRUT, PEATED BOURBON THE TRILOGY
Inde, Single malt, 62,8%, 112 €
« Non dilué et peu filtré, ce single malt indien affiche 62,8% et a vieilli en fûts de bourbon. Une invitation à la méditation. »



ELIJAH CRAIG, BARREL PROOF BATCH #2, 12 ANS
Kentucky Straight Bourbon, 68%, 100 €
« Un degré hallucinant (68%) pour ce

bourbon qui n'en reste pas moins accessible, très riche et puissant. »



THIS IS NOT A LUXURY WHISKY
Blend, Ecosse, 53,1%, 198 €
« Produit par la société Compass Box, qui élabore au nez ses différents blends, celui-ci est tout en rondeur et gourmandise. »



CARONI, MILLENIUM 2000
Extra Strong, Trinidad, Rhum traditionnel, 60%, 350 € (150 cl)
« Distillerie d'Etat de Trinidad, Caroni a arrêté de produire en 2000. Un vrai rhum âgé, puissant, issu de l'assemblage de douze fûts. »

RÉMI LANDIER, HÉRITAGE COUPE N°2

France, Cognac, 45%, 395 €
« Un magnifique assemblage de plusieurs vieux cognacs issus du terroir des Fins Bois. »

