

DISTILLERIES Whisky d'Alsace

Les ventes en ébullition

L'engouement national pour le spiritueux ambré profite aux distilleries alsaciennes qui se requinquent au whisky dans un marché des eaux-de-vie déprimé. Les ventes de whisky d'Alsace grimpent en flèche depuis 10 ans.

Il s'en consomme 200 millions de flacons chaque année dans l'Hexagone. La France est le 2^e marché mondial, et le premier marché pour le single malt. Le préférent des alambics alsaciens : ce pur malt distillé et vieilli en Alsace a en effet obtenu l'indication géographique (IG) en 2015 assortie d'un cahier des charges très strict. « Un joli booster », reconnaît Yves Lehmann, du syndicat des distillateurs d'Alsace qui a milité pour ce label protecteur. Il y a 20 ans, on ne trouvait pas une goutte de whisky dans les distilleries alsaciennes. Aujourd'hui, une dizaine de maisons en font, et ont trouvé avec ce produit, un relais de croissance pour relancer une filière en perte de vitesse. « On a démarré au milieu des années 2000, lors d'une récolte de fruits pitoyable, avec trois fûts. Dix ans plus tard, on en a plus de 700. J'ai dû investir dans un nouveau hall de stockage », raconte Yannick Hepp, distillateur à Uberach.

Sur une terre de brasseurs et de bouilleurs de cru

L'alcool malté des vallées vosgiennes ne peut pas rivaliser avec le scotch des Highlands écossais, au niveau des volumes. Mais le whisky alsacien a réussi à se faire une place sur un marché national très porteur. Le pari n'était pas gagné d'avance. Quand les distillateurs alsaciens se sont mis au whisky au milieu des années 2000, on leur a ri au nez.

Pourtant l'alcool d'orge malté s'est imposé dans le jardin des eaux-de-vie de fruits comme une évidence : l'Alsace est une terre de brasseurs et de bouilleurs de cru. Eau, brassin, alambics, tonneaux en bois : elle réunit les ingrédients, le savoir-faire et les outils. À se demander pourquoi elle ne s'y est pas lancée plus tôt. « Les distillateurs alsaciens n'avaient pas la maîtrise du vieillissement en barrique », analyse le caviste Fabrice Badré qui propose 850 références de whisky dans son magasin à Ostwald, dont une quarantaine d'Alsace. « Et le fût, dit-il, c'est 70 % du goût final du whisky qui doit au moins y séjourner 3 ans pour avoir droit à l'appellation. » De nombreux producteurs affectionnent les barriques de sauternes, de banyuls, de bordeaux blanc, mais certains comme Yannick Hepp utilisent les fûts de vins d'Alsace, avec une finition dans un tonneau de vieille prune.

La distillerie Miclo à Lapoutroie est la dernière à avoir rejoint le club des producteurs de whisky d'Alsace en 2016. « Il y a un mouvement de diversification de la profession confrontée à la baisse des ventes d'eaux-de-vie », explique Bertrand Lutt-Miclo. L'entreprise, qui s'était déjà ouverte aux vodkas et avait racheté une maison d'Armagnac pour élargir son offre, s'est mise à distiller son Welche's whisky* pour répondre à une demande. « C'est un produit tendance qui nous permet de développer notre activité et



Le whisky a réveillé les alambics alsaciens et commence à être reconnu, comme l'Elsass Whisky de la distillerie Lehmann qui a obtenu une médaille d'or au concours agricole à Paris. PHOTO DNA - CEDRIC JOUBERT

de rajeunir notre image et de toucher une autre clientèle. » « Le marché des eaux-de-vie est linéaire. Pour progresser au niveau du chiffre d'affaires, il fallait trouver un produit qui se vende mieux », confirme Yves Lehmann, distillateur à Obernai. Ses ventes d'Elsass Whisky* ont progressé de 15 % sur les trois dernières années, et ce spiritueux représente près de 40 % du chiffre d'affaires en valeur. « Pourtant, lorsqu'on s'est lancés se souvient sa femme Simone, la première réaction a été de dire « le whisky, c'est écossais ». Oui, mais c'est aussi breton, corse, alsacien, japonais, canadien.

Pour Philippe Jugé, directeur de la Fédération du Whisky de France, « il n'y a pas un style français de whisky. C'est ce qui donne à cette industrie sa richesse. Chaque région à son savoir-faire et ses traditions ». Bien d'accord, Elsa Hagmeyer, animatrice du syndicat des distillateurs d'Alsace (*) attribue le succès du whisky d'Alsace à sa typicité. « On sent, dit-elle qu'il est élaboré par des distillateurs d'eaux-de-vie de fruits, ce qui lui donne des notes que n'ont pas des cousins du reste de la France ou les pays traditionnellement producteurs. » L'alcool tourbé, aux notes de fumé, reste confidentiel. Il représente peut-être 5 % de la production alsacienne », estime Fabrice Badré, même si des entreprises comme Miclo ou Hepp, en élaborent.

De 15 à 25 % du chiffre d'affaires

La distillerie Meyer d'Hohwart se distingue de la démarche collective alsacienne de l'IG. Elle fait principalement un blend, assemblage d'alcool de grain et d'orge malté, « 85 % des whiskies vendus sur le marché français sont des blends », justifie Arnaud Meyer, à la tête de la PME familiale avec son frère. Onze ans après le lancement de sa première

bouteille, le Meyer's*, représente 25 % de la production totale de la maison (230 000 bouteilles). « On devrait être à fifty-fifty dans 10 ans. Le whisky, souligne le jeune dirigeant, a donné son image à la maison. Les gens nous connaissent à 95 % pour le whisky. Sans lui, on serait beaucoup plus petit et moins connu. » D'activité complémentaire, le whisky est devenu pour les distilleries un produit d'appel, pourvoyeur d'une nouvelle clientèle qui séduit notamment des consommateurs régionaux locaux. Il représente aujourd'hui, selon les maisons, entre 15 et 25 % du chiffre d'affaires. Ne va-t-il pas mordre sur les eaux-de-vie traditionnelles ? La filière n'y croit pas, mais certains professionnels tablent sur un rééquilibrage entre les deux productions.

Fortes de perspectives commerciales envisageables pour la nouvelle eau-de-vie alsacienne, des producteurs se tournent vers les whiskys haut de gamme. « Mon idée, c'est de constituer un stock pour proposer des produits de 12 ou 15 ans d'âge, dit Yannick Hepp, même si la tendance est aux whiskys juniors, (comme son "Johnny Hepp") plus fruités, plus faciles à boire. » Le whisky d'Alsace n'en est qu'à ses balbutiements. La production n'est pas très importante. En 2017, les sept distilleries du syndicat ont élaboré 26 877 litres d'alcool pur, ce qui équivaut à 85 323 bouteilles de 70 cl à 45°. Un whisky vendu entre une quarantaine et une centaine d'euros.

« Le problème, c'est de reproduire la qualité dans la durée pour asseoir une stratégie de marque, analyse Fabrice Ba-

LE VIGNERON S'Y MET

Le viticulteur Jean-Paul Zusslin a ajouté il y a trois ans une petite production de whisky à son activité de bouilleur de cru. Qu'est-ce qui pousse un vigneron à se lancer dans les spiritueux ? « Le goût des arômes, la passion de la distillation, mais pas l'intérêt commercial. Le domaine a toujours distillé des eaux-de-vie de fruits, c'est une tradition familiale. On s'est lancé dans le whisky en 2015 après une rencontre avec des amis brasseurs qui exploitent la brasserie artisanale Humpaloch à Buhl. On avait envie d'expérimenter quelque chose ensemble. Les arômes de céréales, tourbés, ou floraux qu'on peut obtenir sont intéressants. » Depuis, le viticulteur distille du whisky régulièrement, mais avec des volumes modestes. « Une barrique de 228 litres, deux cette année. » Le spiritueux est actuellement en phase d'élevage dans des fûts de pinot noir du Bollenberg et d'eau-de-vie de prune. Jean-Paul Zusslin compte le laisser vieillir au moins 5 ans, avant de le commercialiser. Le domaine mettra ses premières bouteilles sur le marché en 2020. Le produit sera vendu le nom « Sky Whir », le whisky d'Orschweir. Il sera bio, car élaboré avec des céréales de l'agriculture biologique.

dré. Il faut avoir du stock pour pouvoir faire un assemblage de barriques. C'est tout l'art du master blender, un métier que l'Alsace doit apprendre. » « L'Alsace n'est qu'au début de l'aventure. Le whisky, pour exister et se développer, a besoin de temps », souligne Philippe Jugé. S'il est bien parti, le whisky alsacien doit encore vieillir. ■ ISABELLE NASSOV

► (*) Le syndicat, relancé en 2013 autour de l'IG, fédère neuf entreprises : Baur à Eguisheim, Bertrand et Hepp à Uberach, Hagmeyer à Baltem, Lehmann à Obernai, Mersiel à Dambach-la-Ville, Miclo à Lapoutroie, Windholtz à Ribeauvillé, Wolfberger à Colmar, ainsi que les brasseries Metzer, Perle, Uberach et des producteurs de fruits alsaciens.

A RIBEAUUVILLÉ : GILBERT HOLL, LE PIONNIER

Le distillateur de Ribeauvillé est le premier à avoir élaboré un whisky alsacien en 1999 dans la foulée de la création de sa brasserie artisanale.

Quand il en parle, Gilbert Holl a l'œil qui pétille. « Comme je produisais du malt et de la bière, il était logique que je fasse du whisky. J'avais la matière première et le matériel. » Il faut y ajouter une rasade d'envie de créer de nouveaux produits et de faire connaître sa petite passion. « Avec le whisky, il s'est fait un petit plaisir », dit Bernadette son épouse. L'artisan imaginaire avait déjà lancé sa bière, la Holl Beer à la fin des années 90, et concocté une eau-de-vie de chou à choucroute qui n'a pas eu les faveurs des chefs. Mais pour le whisky, il a mis dans le mille. « On a démarré avec une barrique, pour lancer sur le marché le Lac'Holl®, un pur malt, en juin 2004. » Le distillateur a déposé la marque qui marie

l'eau des lacs vosgiens à son patronyme. Sa femme aurait préféré Mac'Holl, ça sonnait écossais, mais c'était trop risqué. L'origine des fûts où il fait vieillir son whisky reste un secret bien gardé, « pour protéger la typicité du produit ». Avant, il faisait son propre brassin. Depuis qu'il a cédé la brasserie en 2015, c'est elle qui lui fournit. Aujourd'hui, il sort 600 bouteilles (de 50 cl) par an, achetées par « une clientèle d'amateurs avertis, et quelques bars strasbourgeois et parisiens qui ont découvert le whisky alsacien grâce à internet. » Mon objectif, assure Gilbert Holl, n'est pas de commercialiser des milliers de bouteilles. On vend plus d'eau-de-vie que de whisky. Mais grâce à lui, la distillerie a gagné une belle notoriété. Une question de savoir-faire traditionnels alsaciens : « la complexité de la brasserie et de l'alambic. »

Interrogé sur les raisons du succès commercial du whisky alsacien, Gilbert Holl



Gilbert Holl, le père du whisky alsacien. PHOTO DNA

répond que l'Alsace profite de l'engouement pour cette boisson dans le monde. « En France, de plus en plus de distilleries font du whisky. C'est un peu le même phénomène que les brasseries artisanales. Elles-mêmes commencent à s'y mettre. » LN

Impôts 2018 DNA

Tout ce qu'il faut savoir avant de déclarer

CALCUL
RÉDUCTIONS
PRÉLÈVEMENT À LA SOURCE
TAXE D'HABITATION...

Sur dna.fr/dossiers/impots