

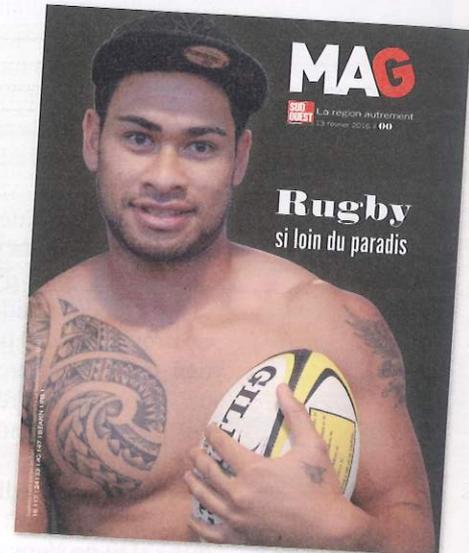
# on en PARLE

## AUX LECTEURS

### Un nouveau « MAG » !

Le week-end prochain, c'est un nouveau « Mag » que vous aurez entre les mains. Comme le quotidien, votre magazine évolue sans renier ce qui fait son ADN : raconter notre région autrement. Depuis sa création en 2011 (1), « Le Mag » vous accompagne et s'enrichit à chaque nouvelle formule. Cette mouture proposera un nouveau découpage décliné sous les thèmes « Actualité », « Carrément Sud Ouest ! » (Bon appétit, patrimoine...) et « Culture et Loisirs », qui voit son volume étoffé. Notre idée : proposer une lecture plus tonique, donner du sens à l'actualité, raconter des histoires en s'appuyant sur les fondamentaux et nos chroniqueurs : Iturria, Zocato, Jacques Ballarin. Des nouveautés dans le fond comme dans la forme avec une nouvelle maquette, plus dense, plus moderne... Et toujours cet objectif de la rédaction du « Mag » : vous surprendre. Bonne lecture !

(1) « Sud Ouest » est le premier quotidien régional à proposer un magazine hebdomadaire.



## CHARENTE-MARITIME

### Un PASTIS insulaire



PHOTO ARCHIVES PASCAL COUILLAUD

La marque a été lancée il y a deux ans

ment sa fabrication sur l'île et passer dès cette saison à 8 000 bouteilles : le siège est établi à **Rivedoux-Plage**, des cuves de macération y sont installées et l'intégralité du fenouil utilisé sera cultivée à **La Couarde**. Prochain objectif : le marché international.

« Pas le pastis de tous les jours ». Stéphane Thomas, sommelier du restaurant Le Chat botté, à **Saint-Clément-des-Baleines (17)**, est conquis. Le pastis de l'île de Ré « se déguste », estime le professionnel, comme un bon whisky. La boisson sera à la carte de son établissement cet été, un apéritif en forme d'hommage à la fenouille, liqueur proche, conçue à base de fenouil, servie autrefois sur l'île. Cette création, on la doit à un duo, Didier Dorin, cogérant de la SARL Pastis de l'île de Ré. Après avoir développé la culture de plantes aromatiques à la ferme familiale de Saint-Soulle (thym, romarin, anis vert...), cet ancien assureur, se lance dans le fenouil et s'associe à Élodie Nardèse, experte en communication et marketing, pour lancer la production en 2014. Avec l'aide d'un sommelier professionnel, la première tournée de 600 bouteilles va devenir un succès, et passera à 5 000 flacons en 2015. À l'assaut d'un marché haut de gamme (25 euros la bouteille), la société spécifique créée veut désormais établir entière-