

Un succès fulgurant dans le whisky

Neuillac, la distillerie de Fontagard a lancé, en septembre dernier, la commercialisation de ses whiskys maison. Ce produit de diversification de l'activité a déjà été récompensé par plusieurs prestigieuses médailles.

Le produit historique de la distillerie de Fontagard, c'est évidemment le cognac. « Nous sommes distillateurs depuis plus de 150 ans », explique Adrien Granchère. « Je suis la cinquième génération de bouilleurs de profession ». Une entreprise familiale travaillant historiquement dans les maisons Courvoisier et Hennessy. Mais, ces dernières années, elle a dédié une partie de son activité au lancement d'une nouvelle gamme de produits : une gamme de whiskys aux saveurs inspirées notamment du terroir

charentais. L'expérience a débuté lorsque Adrien Granchère a rejoint la distillerie, il y a de cela une dizaine d'années. « Nos distillateurs travaillaient en fin de carrière, ils ont donc en former de nouveaux, nous souhaitais leur proposer des produits adaptés aux saisons, pour leur donner plus de sens ». L'activité allait dans ce sens. « L'arrivée d'un nouveau produit, sur un marché différent, permet d'être plus compétitif, de devenir moins dépendant du seul cognac en dépit de la dynamique ; « on a connu des succès par le passé, ce n'est pas nouveau », euphémise-t-il.

Commercialiser la production en bouteille

La production a donc débuté il y a quelques années, pour un début de commercialisation en septembre 2021. « Nous avons une gamme de whiskys Single Malt, avec des distillations différentes », explique Adrien Granchère. « Ce sont des whiskys d'assemblage, et chacun d'eux nous avons voulu apporter un style différent ». Le STRN est avec une dominance de sauternes ; nous en avons aussi qui est à dominante de pinet Charentais, qu'on appelle le pinet de Neuillac. « Le dernier, le CGNC, est vieillie dans des vieux fûts de chêne ». Dans son plan produit, la distillerie prévoit aussi la sortie de deux éditions spéciales par lesquelles a été dévoilée à Noël

COGNAC SOUS MARQUE PROPRE

Le lancement de son whisky, la distillerie de Fontagard reste fidèle à sa tradition de distillation de cognac. Elle a commercialisé pour la première fois en décembre dernier, des cognacs sous marque propre. « C'est une gamme de vieux cognacs, trois qualités de XO, âgés de 14 à 30 ans », explique Adrien Granchère. Ce produit est surtout symbolique pour la distillerie. « Mon père prend sa retraite après avoir fait du vin toute sa vie, et il veut laisser un peu de son produit. On s'est dit qu'avoir une qualité à nous, un produit de terroir, ferait un beau témoignage de transmission ». Trois éditions successives ayant participé à la confection, le nom était choisi pour ces cognacs : Fontagard Héritage.



Crédit-photos : Didier de Fontagard

C'est dans des fûts de sauternes, de pinet des Charentes et de cognac que la distillerie de Fontagard fait vieillir ses whiskys single malt, explique Adrien Granchère.

Le dernier, et l'autre lors de la fête des Pères. Pour produire sur une plus longue période, il a fallu faire évoluer la distillerie pour pouvoir chauffer à d'autres moments qu'en hiver. L'unité de refroidissement a donc été remplacée il y a deux ans. « L'idée, c'est d'utiliser la géothermie pour refroidir le process : c'est du "géocooling" ». Le but était aussi de s'affranchir autant que possible des énergies fossiles, avant même l'envolée des cours de ces derniers mois. « Aujourd'hui, ça marche parfaitement, été ou hiver ». Cette démarche s'inscrit dans un ensemble d'initiatives visant à maîtriser la production de bout en bout, depuis la culture des céréales jusqu'à la commercialisation en passant par la gestion des effluents. « Nous cultivons

nos orges depuis trois ans : c'est une activité locale, qui se fait à moins de 30 km d'ici », confie Adrien Granchère. Le maltage se fait bien plus loin, dans l'Indre ; « c'est le point noir de mon projet aujourd'hui », admet-il. Il espère néanmoins lancer d'ici quelques années sa propre aire de maltage. Enfin, le brassage se fait chez un confrère, « mais je suis en train de monter ma brasserie. Ça a pris un peu de retard avec le Covid et les aléas, mais on est en plein dedans ».

Pour l'heure, le whisky de Fontagard n'est commercialisé que sur le territoire français. Les premiers retours ont été très bons, tout comme les résultats aux concours. « Nous avons eu une médaille d'or pour chacun d'entre eux : au Concours général agricole à Paris, en or, pour le PNDC, et à Lyon en or sur le STRN et en argent sur le CGNC ». La bouteille en verre noir a aussi reçu un prix lors de la « Paris Packaging Week » (Semaine de l'emballage de Paris) dans la catégorie liqueurs et spiritueux - premium et luxe. « Il y avait beaucoup de doutes à la sortie sur comment elle allait être acceptée, et on est contents des retours ». De quoi encourager la distillerie de Fontagard à poursuivre son développement.

Un petit air méridional sur l'île de Ré



Didier Dorin vient juste de débiter la commercialisation du millésime 2021 de son pastis de l'île de Ré.

> Élaborée à partir de fenouil et non de badiane, cette version atlantique du célèbre alcool méditerranéen a su se faire une place dans le paysage local.

Quand on pense pastis, on pense soleil, cigales, mer et douceur de vivre... Mais n'y a-t-il pas un peu de tout cela sur l'île de Ré ? Certes, l'île charentaise-maritime n'est pas en Méditerranée, mais le pastis de l'île de Ré n'est pas identique, lui non plus, à ses cousins provençaux. Il n'y a pas d'anis dans la boisson bio élaborée par Didier Dorin depuis 2013, mais du fenouil sauvage local. « On est volontairement différents du pastis créé à partir de la badiane (l'anis étoilé), qui va être plutôt sucré », explique le créateur. « Celui-ci est plutôt végétal, et plus frais ».

Macération à froid

L'inspiration est née de ses nombreux voyages dans le Sud-Est pour s'y instruire sur la culture des plantes aromatiques. Après de multiples essais avec diverses plantes, il a flashé sur le fenouil sauvage de l'île de Ré. La production a débuté là-bas, mais a été rapatriée depuis quelques années sur le continent, sur son exploitation de Dompierre-sur-Mer, où les cultures sont moins exposées aux ravageurs. La suite de la fabrication, la macération à froid, s'effectue toujours sur l'île, où il travaille avec la cheffe de produit Élodie Nardèse. « Elle a su mettre en valeur le produit », assure Didier Dorin. Les mélanges sont revus chaque année pour atteindre la meilleure qualité possible. En tout, « il faut environ un mois pour fabriquer un pastis ».

15 000 bouteilles (réparties en deux conditionnements différents de 50 et 70 cl) sont produites et vendues chaque année, dans les commerces du secteur mais aussi dans la moitié nord de la France, en Suisse, Belgique, Danemark et surtout Allemagne. La boisson a obtenu à ses débuts une médaille d'or au Concours général agricole, « mais on ne participe plus depuis quelques années. C'est un produit atypique, qui n'est pas trop dans les standards du concours ». Didier Dorin préfère se concentrer sur la satisfaction de ses clients et n'hésite pas à distiller ses recommandations pour une bonne dégustation : « afin qu'il libère ses saveurs, on peut aller jusqu'à sept volumes d'eau pour un volume de pastis », conseille-t-il.