

Véronique Mermoud, d'Abricool à Fully (VS)

«Dépoussiérer l'image des spiritueux»

■ Abricool veut profiler une nouvelle image des spiritueux: gourmette, hédoniste, féminine, moderne... Les grandes tables de Suisse romande apprécient.

Geneviève Zuber

C'est un cercle vicieux: depuis l'introduction du 0,5%, les clients consomment moins de spiritueux et les restaurateurs n'osent plus trop en proposer. Autrement dit, dans bien des établissements, les spiritueux font figure d'oubliés. Véronique Mermoud, d'Abricool SA à Fully, se bat pour renverser la vapeur. Et elle a des arguments. Le premier, c'est la qualité de ses produits qui glanent depuis des années plusieurs

médailles et distinctions et qui lui ont par exemple valu le «Prix d'excellence» au Forum romand 2006 des spiritueux à Courtemelon (JU). Mais pour Véronique Mermoud, ce qui importe aussi, c'est de dépoussiérer l'image des alcools forts. Pardon, des spiritueux! «Eau-de-vie, c'est un terme plutôt péjoratif, utilisé pour mettre en évidence l'importance du volume d'alcool contenu dans la bouteille et faire croire que la boisson a des effets particuliers et négatifs. Alors que ce n'est pas le cas.»

Selon elle, les sommeliers devraient oser proposer des spiritueux. «Car les clients, aujourd'hui, recherchent des produits de qualité, qui évoquent le terroir, les artisans». Les spiritueux sont à la fois modernes et gourmets, ils sont recherchés par les hédonistes. Le

problème, c'est que le monde de la restauration l'ignore encore bien souvent. Aujourd'hui, le vin a révolutionné son image, il ne rime plus avec «boire» ou «se saouler», il est devenu un produit gastronomique et culturel. A l'image du vin, le monde des spiritueux a également beaucoup bougé vers davantage de qualité et de créativité. Mais pour les spiritueux, le message n'a pas encore passé auprès des clients et de bien des restaurateurs...

Edel'eis, une liqueur à base d'Edelweiss, sur les pistes

Pourtant, les grandes tables sont à l'affût de ce type de produits et donnent le ton. Les sommeliers du Domaine de Châteauevieux de Philippe Chevrier à

Peney (GE), du Waldhotel Fletschhorn à Saas-Fee, du Pont de Brent ou encore de grands hôtels de Zermatt débarquent régulièrement chez Véronique Mermoud. «Récemment, c'est Didier de Courten et sa brigade qui sont venus faire une dégustation dans ma boutique», confirme-t-elle. Ses eaux-de-vie barriques comptent parmi ses grandes réussites et ses produits à base d'abricot constituent la base de sa production. En cinq ans, Véronique Mermoud a mis au point une bonne vingtaine de nouveaux spiritueux, cordiaux et autres jus de fruits, dont la très médiatique liqueur Edel'eis, à base d'edelweiss, et qui sera servie cet hiver dans plusieurs restaurants d'altitude, mélangée à du chocolat chaud et à de la crème fraîche par exemple.