

LE GRAND COME-BACK



Initialement installée à deux pas de la gare centrale de Turin, l'entreprise Chazalettes a dû déménager dans une nouvelle fabrique de 14 000 m² dans la grande banlieue turinoise.

TURINOIS



Chazalettes, une des grandes marques historiques du vermouth turinois, est de retour depuis septembre dernier. Ce qui n'aurait pu être qu'un coup marketing cache en fait une opération beaucoup plus intéressante.

Par François Monti

Sur un marché du vermouth toujours en plein boom, on voit fréquemment surgir des initiatives qui font appel à l'histoire pour se donner une légitimité. On pense à ces innombrables références basées sur "la recette du grand-père", alors que ledit aïeul n'avait probablement jamais vu une cuve de macération de sa vie, ou à ces produits commercialisés sous le nom d'une marque historique rachetée à peu de frais mais selon une recette qui n'a rien à voir avec un passé parfois glorieux. C'est le dernier recours de ceux qui ne savent pas vraiment défendre leur produit. Cette tendance vient d'ailleurs d'être malicieusement brocardée par Oscar Quagliarini qui

fait figurer la mention suivante sur Q, sa nouvelle gamme de vermouth: "Depuis hier".

Par conséquent, pourquoi diantre s'intéresser à Chazalettes, marque disparue depuis plusieurs décennies et récemment ressuscitée? La réponse pourrait tenir en quelques noms: Giovanni Chazalettes, l'héritier de la famille, est impliqué; Fulvio Piccinino, l'historien des liqueurs et du cocktail italien a pu examiner les archives et les recettes de la maison, et c'est Cocchi qui assure la qualité de l'élaboration. Qui connaît un peu le monde du vermouth se rendra compte qu'on n'est pas face à n'importe qui.

Au-delà de la promesse de qualité et d'authenticité, l'histoire de Chazalettes

est intéressante en ce qu'elle est emblématique de celle du vermouth de Turin. Fondée à la fin du XIX^e siècle, elle s'est immiscée parmi les grands du secteur et a conquis les marchés internationaux avant de connaître une lente décadence après la Seconde Guerre mondiale. Mais l'aventure Chazalettes se démarque de ces rivaux d'alors au moins sur un point: elle commence, comme son nom le fait soupçonner, non pas en Italie mais bien de ce côté-ci des Alpes.

Au commencement était l'Ardèche

Selon Piccinino, Clemente Chazalettes commence en effet sa carrière sur un domaine viticole de l'Ardèche, région où l'on trouve d'ailleurs un hameau du même nom, avant de s'installer à Chambéry. Lorsque la Savoie est annexée à la France en 1860, la famille part pour Turin. Une décision curieuse, d'autant plus que seuls 235 de 135 449 inscrits s'expriment contre le rattachement (le vote était certes truqué). Peut-être Clemente y voyait-il un meilleur futur professionnel?

Quoi qu'elles aient été les raisons qui poussent Chazalettes à s'installer à Turin, Clemente se retrouve rapidement à travailler pour le compte de Martini, Sola & Cia (future Martini & Rossi), fondée en 1863. Il y occupe apparemment d'importantes fonctions à la direction technique de l'entreprise, où sa connaissance du secteur du vin est appréciée. C'est avec l'argent économisé pendant ces années chez Martini et avec le savoir faire accumulé au fil du temps qu'il lancera la compagnie qui porte son nom en 1876.

Si toute cette histoire, à laquelle il manque quand même un certain nombre de chapitres, se confirme, nous sommes donc face au seul cas



des questions d'espace, devoir déménager l'élaboration dans une nouvelle fabrique de 14 000 mètres carrés dans la grande banlieue turinoise. Les marchés internationaux sont vite très réceptifs: en 1878, le vermouth Chazalettes est présenté à l'Exposition universelle de Paris et lorsque la presse française se penche en 1892 sur cette *success story*, les caisses de vermouth Chazalettes s'exportent par milliers aux États-Unis, aux Philippines ou encore au Brésil. La compagnie produit également de nombreuses autres liqueurs, dont un Fernet très apprécié.

Le frein de la Seconde Guerre

La raison de ce succès? Selon Fulvio Piccinino, elle est simple: c'est une question de qualité. À l'époque, le moscato était devenu très cher. Non seulement on n'en produisait pas assez pour faire face à la demande, mais en plus il servait de base à des vins mousseux qui s'étaient popularisés. La majorité des grandes marques avaient donc fini par opter pour une variété neutre, le trebbiano (ugni blanc). Chez Chazalettes, pas question d'abandonner le moscato qui avait fait la réputation des vermouths de la maison.

De plus, le contrôle des aromates est à la pointe de l'industrie, tout comme les installations de réfrigération du vin, commandées à un Français qui soulignera «la foi en la technique scientifique et l'horreur de la routine» des responsables de la firme. En somme, une entreprise qui réinvestissait ses bénéfices dans l'amélioration du produit et refusait le surplace.

Il y avait également chez Chazalettes un certain sens du marketing. Il s'agit peut-être, après les deux grands Martini et Cinzano, de la marque de vermouth dont on trouve le plus de produits dérivés. Chazalettes avait aussi obtenu l'autorisation de Marguerite de Savoie, épouse d'Humbert I^{er}, de lui dédier une cuvée - ils étaient fournisseurs de la cour - et ils adaptaient également leurs produits aux marchés étrangers. Ainsi, un vermouth où



Le flagship store du vermouth Impera de Chazalettes, ouvert en 1935, s'est rapidement imposé comme l'endroit où il fallait être vu à Turin.



connu de lien entre Chambéry et Turin à l'âge du développement des deux styles. Il faudra attendre un examen plus approfondi des archives pour espérer éventuellement y trouver des éléments qui nous permettent de comprendre un peu mieux cette histoire bien savoyarde. Bien entendu indifférent à ces considérations, Clemente Chazalettes se consacra corps et âme à sa nouvelle entreprise, initialement installée à deux pas de la gare centrale de Turin, avant de rapidement, pour

l'orange était dominante était produit pour le marché allemand tandis que les Espagnols recevaient un Chazalettes moins amer. Certes, ces pratiques ne sont pas uniques, mais elles étaient ici particulièrement poussées. Enfin, souligne Piccinino, Chazalettes a aussi été pionnier du *flagship store* en ouvrant en 1935, juste à côté de l'ancienne boutique où Carpano aurait fait ses débuts 150 ans plus tôt, un bar dédié à leur marque principale, le vermouth Impera (référence, sans aucun doute, aux visées impériales de l'Italie fasciste). La conception du logo du bar avait été confiée au futuriste Diulgheroff et le Bar Impera devint pendant quelques années l'endroit où il fallait être vu à Turin.

Mais tout a une fin, et certaines arrivent plus rapidement que prévu. La Seconde Guerre mondiale porta un grand coup à l'industrie du vermouth, qui connaîtra dans les années 50 un processus de centralisation. Les deux marques qu'il n'est pas nécessaire de nommer se saisissant peu à peu de l'essentiel d'un marché qui, en sus, était en train de se réduire. Puis, pour

lutter contre la fraude, est votée dans les années 60 une loi qui interdit de produire des vins aromatisés là où on fait des spiritueux. Le père de Giovanni Chazalettes et ses deux frères décident de se concentrer sur les liqueurs, qui fonctionnaient alors mieux. Un crève-cœur qui ne porta pas ses fruits : elles finiront aussi par disparaître.

Le grand retour

Le retour, après un demi-siècle, de Chazalettes est dû à la volonté d'un homme et au hasard d'une rencontre. Roberto Bava, directeur marketing de Cocchi, qu'il dirige avec ses deux frères, est devenu depuis dix ans une des chevilles ouvrières du retour au premier plan des vermouths de qualité. Il évoque encore les années difficiles où il essayait tant bien que mal de vendre à Turin même le Storico Cocchi Vermouth di Torino de bar en bar. Bien qu'aujourd'hui il voyage partout dans le monde pour défendre une gamme devenue l'une des références inévitables pour qui aime les vins aromatisés racés, le rejet initial des professionnels et consommateurs locaux continue à lui peser sur le cœur.

C'est pourquoi Bava est bien décidé à relaire de Turin "la" capitale mondiale du vermouth. Non seulement le lieu d'origine, mais également un endroit où le vermouth vit, est bu et revendiqué comme une part essentielle de l'identité. Il multiplie donc les initiatives auprès des hôtels, des restaurateurs, des chocolatiers ou des glaciers turinois pour qu'ils acceptent de jouer avec le vermouth. Et, afin de valoriser cet héritage, il a eu le projet de relancer un producteur historique. La condition : qu'il s'agisse d'un vermouth de qualité basé sur les recettes originales de la maison en question.

À la même époque, Fulvio Piccinino était en pleine recherche pour un livre sur le futurisme, que Bava finit d'ailleurs par publier. Alors qu'il interviewait un expert de la question, il tomba par hasard sur une affiche où figurait le nom d'un professeur de tennis, une certaine Marina... Chazalettes. Intrigué, il l'appela et apprit qu'elle était bien de la famille et que son père Giovanni possédait encore de nombreux documents originaux. Après avoir rencontré le patriarche et jeté un

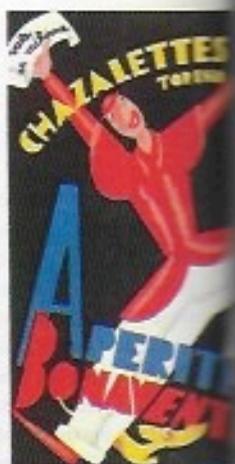


Chez Chazalettes, pas question d'abandonner le moscato qui avait fait la réputation des vermouths de la maison. Même s'il était devenu rare et très cher.

œil au livre de recettes, il fit office d'intermédiaire entre les héritiers et Bava. Un an plus tard, Chazalettes était présenté en société dans l'aile baroque du Palazzo Madama de Turin. Giovanni Chazalettes rayonnait, fier de pouvoir raconter l'histoire de l'entreprise de son arrière-grand-père. Roberto Bava restait en retrait: même si c'est la maison Cocchi qui a élaboré les nouveaux vermouths, Bava ne souhaite pas que les deux marques soient identifiées l'une à l'autre. Elles doivent vivre leur vie. Il a confié le développement de ces nouveaux produits à sa fille, qui bénéficie d'une certaine indépendance vis-à-vis de la maison mère.

Nouveau départ avec deux vermouths

Chazalettes commence ce nouveau chapitre avec deux vermouths: un sec et un doux. L'Extra Dry est, au premier abord, le plus surprenant. Bien qu'il s'agisse d'un vrai Extra Dry (il contient moins de 30 grammes de sucre) et que ce type de vermouth soit souvent difficile à boire seul, celui-ci fonctionne parfaitement sur glace. Le mérite en revient à la forte présence de citron, qui lui donne une dimension rafraîchissante assez notable. Les baies de genièvres ont également un rôle important, ce qui promet un beau mariage avec le gin pour d'excellents Dry Martini. L'expertise Cocchi n'y est sans doute pas pour rien, la maison produisant déjà un excellent Extra Dry en exclusivité pour le Savoy de Londres. Mais ce sont bien les particularités de la recette Chazalettes, peut-être d'influence française, qui permettent à ce vermouth de se distinguer.



Histoire authentique, produits surprenants et de qualité: il convient de saluer ce retour en forme de coup de maître.

Si on s'attend à un plus grand classicisme du Rosso, on se trompe. Appelé Vermouth della Regina, vermouth de la reine, en honneur à la cuvée dédiée à Marguerite, la particularité de ce produit est qu'il a été élaboré avec du vin rouge. Traditionnellement, le vermouth est toujours produit avec du vin blanc, notamment car les tanins rendent le rouge difficile à travailler. N'oublions pas que la base vinique du vermouth est avant tout plateforme des aromates. Cependant, ces dernières années, nous avons vu se multiplier les initiatives où le vin rouge se faisait protagoniste partiel voire à 100 %, avec des résultats parfois heureux, souvent catastrophiques. Que le Rosso de Chazalettes soit entièrement élaboré avec du vin rouge choque donc d'autant plus qu'il s'agit bien d'une recette authentique de la fin du XIX^e siècle, époque à laquelle on n'en trouve, dans tous les manuels de liquoriste, pratiquement aucun exemple.

La version Chazalettes est une grande réussite, intense mais sans les tanins qui ruinent en général ces expériences. Encore une fois, la patte Cocchi, qui travaille le Barolo pour son Barolo Chinato, n'y est sans doute pas étrangère. Histoire authentique, produits surprenants et de qualité: il convient donc de saluer ce retour en forme de coup de maître. On attend la suite avec impatience, car on croit comprendre que d'autres recettes historiques - et pas seulement de vermouth - pourraient bien revoir le jour. Lesquelles? Laissons le mot de la fin à Giovanni Chazalettes: «Toutes les recettes que je garde jalousement représentent un souvenir, une saveur, une image. J'ai une affection particulière pour un produit qui a représenté notre maison à l'ère post-vermouth. Mais il convient de prendre les choses au fur et à mesure. Il est trop tôt pour dévoiler nos prochains projets.»



