

*La distillerie Etter à Zoug*

## L'esprit et le flacon

Depuis près de 150 ans, la distillerie zougoise Etter produit des spiritueux. Sa devise: qualité et tradition. En témoignent des relations de longue date avec les clients, une histoire familiale vivante ainsi qu'une solide réputation à Zoug et dans toute la Suisse. La quatrième génération dirige l'entreprise avec passion, engagement et de manière moderne, tout en respectant la tradition. Les connaisseurs de Singapour, Hongkong, Bogota et Calgary servent depuis des années les eaux-de-vie zougaises. **Par Mirija Weber**

Une légère odeur de fermentation flotte dans l'air. Prune? Kirsch? Poire, peut-être? La senteur fruitée accompagne le visiteur jusqu'au showroom de la distillerie Etter. Eau-de-vie de cerises sauvages, vieille poire, pomme royale, et coing de barrique se côtoient avec bonheur. Les formats varient: bouteilles standard, minis, noires et élégantes, flacons nobles pour amateurs. Tout près de là brillent les verres à digestif et les sets-ca-deaux. En deux mots: Etter propose la meilleure qualité. Dans la tradition.

### De la «Chriesiwasser» aux spiritueux nobles

Etter a distillé son premier kirsch en 1823, alors que l'entreprise était encore au «Berglihof», à Menzingen, une com-

mune de montagne du canton de Zoug. L'alcool de cerise avait à l'époque une fonction très pratique: soigner les pis de vaches irrités et, accessoirement, tel ou tel vague à l'âme. En 1870, Paul Etter professionnalisa son activité et fonda une distillerie artisanale au centre de la ville de Zoug. Plus d'un siècle plus tard, l'entreprise – dirigée alors par le petit-fils, Hans Etter – s'installa dans un bâtiment neuf, aux abords de la cité. Les impératifs de taille, d'exploitation et d'hygiène avaient rendu ce déplacement nécessaire.

Etter avait habilement anticipé le développement de l'entreprise. La capacité du lieu est toujours supérieure aux besoins et les surfaces de bureau et de production non-utilisées sont actuelle-

ment sous-louées. Loin de la ferme où «l'eau de cerise» était distillée, la société est devenue une PME professionnelle. Etter reste toutefois fidèle à ses valeurs et privilégie toujours l'origine, la qualité et la nature. Gabriel Galliker-Etter, gendre de Hans et Christine Etter et directeur de la société depuis 2012, résume cette attitude: «Nous ne laissons rien au hasard, tout en fabriquant un produit naturel».

Aujourd'hui, l'entreprise emploie 20 personnes et exporte 35 pour cent de sa production vers plus de 20 pays – notamment aux Etats-Unis, en Chine, à Singapour et dans les Emirats arabes unis. L'Europe est, de loin, son marché étranger le plus lucratif. «Hors de l'Europe, les eaux-de-vie sont encore peu

*Etter ne travaille qu'avec des fruits indigènes, la production est aussi exclusivement helvétique et chaque bouteille porte le label «Suisse Garantie».*



connues», explique M. Galliker-Etter. Le fait que l'entreprise exporte principalement vers les pays voisins n'est pas dû uniquement à la forte notoriété du produit sur le Vieux Continent. L'introduction de spiritueux vers les pays plus lointains est aussi plus onéreuse. «Si nous voulions vendre en Australie, par exemple, nous devrions payer l'impôt sur les produits de luxe».

Il en va autrement pour la vente des produits Etter dans l'UE: grâce aux accords bilatéraux et à la suppression des obstacles commerciaux non tarifaires pour les vins et spiritueux, l'exportation y est aisée. La société compte 15 importateurs généraux en Europe distribuant ses eaux-de-vie du Danemark à l'Espagne. Elle est attentive également à la qualité de ses distributeurs et détaillants. On trouve ainsi les produits Etter dans les rayons de Julius Meinl, à Vienne, ou chez Dallmayr à Munich, de même que tout autour de la planète dans les avions de Swiss et Lufthansa. Avec Swiss, Etter a, par ailleurs, une relation privilégiée: l'an dernier, la compagnie a baptisé un nouvel avion A340, dénommé «Zoug», avec du kirsch Etter!

### Cent pour cent Suisse

Malgré toutes les «success stories», Etter n'a pas pris la grosse tête: «Nous voulons une croissance constante et saine...», précise M. Galliker-Etter pour décrire les buts de l'entreprise «... et avant tout faire connaître notre marque et notre label de qualité». Etter ne cherche pas les bénéfices rapides. L'entreprise défend plutôt son enracinement, la qualité de ses produits et son esprit très familial. «Dans notre branche, le seul fait que la matière première soit limitée rend impossible une forte croissance à court terme». Les fluctuations naturelles des produits – toutes les récoltes ne sont pas identiques en quantité et en qualité – exigent une gestion de l'entreprise à la fois prudente et prévisionnelle. D'autant plus qu'Etter ne travaille qu'avec des fruits indigènes. «Nos spiritueux sont suisses à 100 pour cent». De plus, l'entreprise achète ses fruits directement chez le fruiticulteur, ce qui garantit la qualité et permet de justes prix. La production est, elle aussi, exclusivement helvétique et zougoise.

Chaque bouteille porte donc le label «Suisse Garantie». La chambre de distillation dégage une chaleur agréable, dans l'air plane à nouveau l'odeur des fruits fermentés. Les cuves en cuivre tournent à plein et le moût bouillonne dans les chaudrons. Des tuyaux enche-

## «Hors de l'Europe, les eaux-de-vie sont encore peu connues.»

vêtrés s'écoule une prune claire et rayonnante. «La queue de distillation», dit M. Galliker-Etter, «goûtez-la». La fine a bon goût, une légère saveur alcoolisée s'y mêle. Toutefois, la «queue» de distillation est uniquement un sous-produit de la fabrication d'alcools. En particulier pour le distillat noble, le «cœur» de distillation est déterminant. Il renferme les meilleurs aromatisants. Alors que la tête de distillation est imbuvable, la queue de distillation peut être à nouveau distillée. La séparation de la tête, du cœur et de la queue de distillation exige beaucoup d'expérience et un nez très fin. «On se trompe si l'on croit qu'un maître distillateur doit déguster en permanence; lors de la distillation, c'est l'odorat qui est primordial», explique le directeur.

### Un style personnel

La visite de la distillerie montre à quel point les processus sont sophistiqués. Une bouteille de 7 dl contient entre 7 et 15 kg de fruit, à quoi il faut ajouter beaucoup de savoir-faire et de main-d'œuvre (certaines bouteilles de la maison sont bouchées et scellées manuellement). Il ne faut pas oublier que la matière première des alcools de fruit est chère, par rapport à la vodka ou au whisky. S'y ajoute encore une taxe sur l'alcool de 8,5 francs par bouteille de 7 dl. Mais M. Galliker-Etter ne se plaint pas. Son enthousiasme pour les eaux-de-vie est communicatif.

Cette passion se reporte sur l'ensemble de la maison. Dans l'entreprise, le climat est amical et le degré de satisfaction élevé. Car dans ses contacts avec ses employés, le directeur attache de l'importance à la qualité et à la

constance. Les échanges et la compréhension les uns envers les autres importent à ses yeux. Le roulement dans l'occupation des emplois favorise la collaboration. Lui-même n'hésite pas à mettre la main à la pâte et à fouler des kilos de fruits quand c'est nécessaire. «Nous sommes une petite entreprise et chacun doit s'impliquer».

Le soin voué à la clientèle est également une affaire personnelle chez Etter. De nombreux contacts professionnels sont devenus des relations de longue date. On le voit bien en rendant visite à Gabriel Galliker-Etter. Les clients s'attardent et le directeur prend le temps d'un brin de causette. A propos: la thématique «alcool et santé» est-elle d'actualité chez Etter? «Absolument», affirme M. Galliker-Etter. «Notre slogan est qualité et plaisir – nous diffusons ainsi l'idée d'une approche responsable de l'alcool». Par ailleurs, les prix relativement élevés sont une protection contre les abus. «Ceux qui boivent des quantités irresponsables d'alcool ne recherchent pas des produits de première qualité comme les nôtres.»

### Encore plus de qualité

Et l'avenir? Etter veut continuer à s'appuyer sur ses valeurs fondamentales et investir encore plus dans la qualité des produits. Pour cela, l'entreprise collabore notamment avec la HES de Zurich. De nouvelles sortes de levains, des techniques de vendange ou des méthodes de transformation y sont testées, toujours dans la perspective d'obtenir un alcool plus noble encore. Quelques nouveaux produits sont aussi dans le pipeline. Pour le marché allemand, un spiritueux à base de noisette est prévu prochainement. Les innovations sont donc un thème de premier plan, «mais sans en faire une idée fixe», précise M. Galliker-Etter.

Impossible de soutirer au représentant de la quatrième génération de la maison Etter d'autres informations sur de nouveaux produits ou procédés. «Le reste demeure un secret de famille», sourit-il, en trompant notre curiosité par une petite dégustation. La «Vieille Kirsch Barrique», ainsi qu'une liqueur festive de prune aux herbes passent bien – pas seulement par le nez. ■