

# Géopolitique du whisky

## Un spiritueux entre terre et mer



**Par Jean-François Fiorina**  
 Directeur  
 de l'Ecole Supérieure  
 de Commerce  
 de Grenoble

La mise sur le marché, en cette fin 2011, d'un whisky de synthèse, sans alcool et halal, par une compagnie américaine, a provoqué la colère de la puissante *Scotch Whisky Association* qui se pose en gardienne du "vrai Scotch Whisky". On ne saurait en effet considérer cette boisson comme un simple spiritueux. Tout comme la vodka ou le rhum, le whisky haut de gamme renvoie à un imaginaire, à une géographie et à des représentations culturelles qui lui sont propres. Il n'échappe cependant pas à la mondialisation, loin s'en faut. "Contrairement aux idées-reçues, on ne distille pas du whisky uniquement en Écosse, en Irlande, aux États-Unis et au Canada, mais sur tous les continents, et parfois même depuis près d'un siècle", rappelle Thierry Bénitah, directeur général de La Maison du Whisky. La récente parution d'un *Atlas mondial du whisky* aux éditions Flammarion offre l'occasion de s'y arrêter.

**E**au-de-vie obtenue par la distillation d'une ou plusieurs céréales et vieillie en fût de chêne, le whisky est un alcool "de céréales fermentées, de bière en quelque sorte, au même titre que le cognac est une eau-de-vie de vin ou le calvados une eau-de-vie de cidre" (La Maison du Whisky). Les ingrédients sont donc simples : des céréales, des levures, de l'eau et du bois. La singularité de chaque whisky réside dans le choix de chaque ingrédient et dans le savoir-faire propre aux distillateurs.

### Le poids des représentations historiques

La paternité du whisky est revendiquée depuis toujours tant par les Irlandais que les Écossais. Ces derniers, se fondant sur des traces écrites remontant à 1494, estiment en être à l'origine, tandis que les Irlandais affirment avoir hérité le procédé de distillation alcoolique de saint Patrick, soit dès le V<sup>e</sup> siècle. En effet, des missionnaires irlandais accompagnant leur futur saint patron auraient rapporté d'Égypte des alambics servant à la fabrication de parfums et du *Khôl*, le fard à paupières de l'époque. Apparu au Moyen-âge, le mot alcool vient d'ailleurs de l'arabe *al khôl*. Les Irlandais adaptèrent la technique de la distillation pour produire les premières eaux-de-vie (*uisce beatha* en gaélique), cependant bien éloignées du whisky actuel. Le breuvage est alors une sorte de mélasse à base d'herbes et de miel produite à des fins médicinales. La boisson séduit tout de même et connaît d'ailleurs un franc succès. Lorsque le roi d'Angleterre Henri II envahit l'Irlande en 1169, ses armées adoptent rapidement le spiritueux. La légende raconte que son nom ne fut jamais correctement prononcé par l'envahisseur et que le terme *uisce*

**La paternité du whisky est revendiquée depuis toujours tant par les Irlandais que les Écossais. Mais, apparu au Moyen-Age, le mot alcool vient de l'arabe 'al khôl'.**

**Au-delà des représentations historiques, l'Écosse domine aujourd'hui l'univers du whisky, au point que le pays et le produit semblent se confondre.**

fut transformé en *fuisce*, puis en *uiskie* et enfin en *whiskie*. Le problème est qu'aucune trace écrite ne vient confirmer la version irlandaise. Les Écossais peuvent donc clamer que c'est leur savoir-faire original qui leur a permis de concevoir le whisky sous sa forme actuelle. Pour eux, sans nul doute, les Irlandais ont copié. Les lois promulguées par les Anglais au XVII<sup>e</sup> siècle, interdisant aux Irlandais de distiller, bénéficièrent aux Écossais qui développèrent dès lors une forte industrie du whisky. Il est très probable que les Écossais n'aient alors fait qu'améliorer l'eau-de-vie irlandaise en modernisant l'art de la distillation. Mais avec quel succès !

Au-delà des représentations historiques, il reste que l'Écosse domine aujourd'hui l'univers du whisky, au point que le pays et le produit semblent se confondre. Dave Broom, auteur du récent *Atlas mondial du whisky*, raconte : "*Un jour, en Tunisie, fatigué de devoir expliquer en français où se trouvait l'Écosse, j'ai laissé échapper "Whisky !" : Mes interlocuteurs comprirent sur-le-champ que l'étranger que j'étais venait de "Scotch-land". Scotch désigne donc à la fois un style de whisky et un pays.*" Le whisky est bien plus qu'une boisson pour l'Écosse : elle fait partie de son identité culturelle et nationale. Pourtant, on n'a jamais autant distillé de whiskies hors Écosse qu'aujourd'hui.

Une consommation et une production mondialisées

**La crise a pour conséquence de freiner les flux d'exportation du whisky et de favoriser des productions locales de plus en plus nombreuses - dont certaines sont déjà anciennes (Japon, Etats-Unis).**

Malgré la crise, le marché du whisky se porte bien. Et c'est le haut de gamme qui en bénéficie, car, paradoxalement, les whiskies d'entrée de gamme pâtissent de la baisse du pouvoir d'achat. Première explication : dans beaucoup de pays émergents, le whisky est la boisson de la réussite sociale. Lors de son tour du monde des distilleries, Dave Broom note qu'"à *Taiwan, par exemple, les blends écossais, surtout des assemblages haut de gamme, sont depuis longtemps la boisson de prédilection des lieux de consommation traditionnels, restaurants et bars à hôtesse fréquentés par les hommes d'affaires dans la force de l'âge.*" À cette clientèle s'ajoute celle de trentenaires des deux sexes appartenant à la classe moyenne supérieure qui veulent imiter leurs aînés. Seconde explication : le whisky haut de gamme répond aux attentes "*d'un consommateur plus exigeant, plus au fait des procédés de marketing et peut-être, d'aucuns le diront, moins naïf.*" Bref, un client qui reprend à son compte la formule de Bernard Shaw, le célèbre dramaturge irlandais, pour qui "*le whisky est une mauvaise chose, surtout le mauvais whisky.*" La crise a tout de même pour conséquence de freiner les flux d'exportation de whisky et de favoriser des productions locales de plus en plus nombreuses - dont certaines sont déjà anciennes.

Les connaisseurs du whisky s'accordent ainsi à placer le Japon en troisième position derrière l'Écosse et l'Irlande pour la production de qualité. Il faut dire que le pays s'est lancé très tôt dans l'aventure, avec une passion jamais démentie. Les eaux-de-vie occidentales font leur apparition dans l'archipel à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, au moment de l'ère Meiji. Rapidement, des laboratoires japonais tentent d'imiter les alcools étrangers - avec plus ou moins de succès. En 1918, un homme d'affaires japonais envoie un jeune étudiant en chimie se former à Glasgow. À son retour, ils créent ensemble la première distillerie japonaise fondée sur le modèle écossais. L'aventure nipponne du whisky commence ! Aujourd'hui, les Japonais produisent des whiskies de très grande qualité qu'ils exportent non seulement en Asie, mais aussi aux États-Unis et en Europe. Et pour s'assurer d'un transfert continu du savoir-faire écossais, certaines distilleries japonaises n'ont pas hésité à racheter des sites de production en Écosse.

**Il y a fort à parier que, sans la prohibition de l'entre-deux-guerres, le whiskey américain se fût imposé dans le monde devant le scotch écossais.**

Difficile de parler du whisky sans évoquer par ailleurs le whiskey américain, et sa variante la plus connue : le bourbon. Aux États-Unis, c'est le Kentucky qui fait figure de référence en la matière. L'explication est là encore historique. Au XVIII<sup>e</sup> siècle, les terres de cet État étaient cédées gratuitement aux colons qui s'engageaient à y cultiver du maïs. Les agriculteurs eurent rapidement l'idée de le distiller pour en faire un alcool, de mauvaise qualité dans un premier temps. L'arrivée d'un Écossais, James Crow, permit d'améliorer les procédés de distillation. Grâce à la taille et à la dynamique du marché national, la production de bourbon put être industrialisée à grande échelle. L'arrivée du chemin de fer fit le reste. Il y a d'ailleurs fort à parier que, sans la prohibition de l'entre-deux-guerres, qui marqua un coup d'arrêt à la diffusion du whiskey américain, ce dernier se fût imposé dans le monde devant le scotch écossais.

D'autres pays ont développé le whisky, essentiellement à usage domestique (Canada, Australie, Inde, Chine...). Et ces dernières années, les distilleries se sont multipliées - de la Thaïlande à la... France ! "*Un simple coup d'œil à la carte des pays producteurs de whisky suffit pour se convaincre que ce qui était naguère un style d'eau-de-vie maîtrisé par quelques rares acteurs seulement est devenu un phénomène mondial*", analyse Dave Broom.

## Le whisky, reflet d'une culture

**Le whisky est un produit culturel par essence : ce n'est pas le terroir mais le savoir-faire du distillateur, issu de sa culture nationale puis érigé en tradition, qui explique les variétés de whiskies.**

Contrairement au vin, le whisky n'est pas un produit de terroir. On a longtemps cru que les multiples facteurs extérieurs, d'ordre géologique et géographique, avaient une grande influence. Il n'en est rien ! Les céréales utilisées par les distillateurs écossais sont souvent importées, d'Angleterre et du continent. Quant à l'eau de fabrication, la chimie révèle qu'elle n'est pas un moteur différenciant pour la création des arômes et des saveurs. Seule la proximité de la mer permettrait d'introduire un trait iodé dans certains whiskies. Les appellations des régions de production (Lowlands, Highlands, île d'Islay, etc. s'agissant de l'Écosse) ne renvoient donc qu'à une réalité administrative, juridique. Dans une même région, il y a autant de saveurs qu'il y a de distilleries. Énoncer la possibilité de l'existence de terroirs régionaux en la matière serait aussi faux qu'"affirmer que les vins rouges français ont tous le même goût" estime Dave Broom, qui ajoute : "s'il est un aspect du terroir qui est systématiquement négligé, c'est bien l'élément humain."

Le whisky est ainsi un produit culturel par essence. C'est le savoir-faire du distillateur, issu de sa culture nationale et de ses choix personnels puis érigé en tradition, qui explique les variétés de whiskies. Par exemple, le point commun à tous les whiskies écossais est l'utilisation de la tourbe dans sa fabrication. Les Japonais ont certes repris ce procédé, mais en l'associant à des techniques scientifiques propres au pays, induisant une production sensiblement différente de celle de leur mentor. En Irlande, c'est le recours à trois étapes de distillation, contre deux ailleurs, qui fait la spécificité du produit. La démonstration pourrait se poursuivre indéfiniment, car les familles de whisky résultent "soit de la situation géographique du distillateur, soit de son environnement économique." Une diversité qui renvoie à celle du monde lui-même, pour ravir l'amateur aguerri comme le consommateur éclairé. ■

Pour aller plus loin : "Atlas mondial du whisky", par Dave Broom, Éditions Flammarion, 320 p., 35 €.

### EXTRAIT :

**De l'influence de la géographie et de l'économie sur le goût :** "Le bourbon est élaboré avec du maïs et du seigle, les céréales que les distillateurs cultivent (ou trouvent) au Kentucky - elles ont créé un goût. Le whisky de malt est produit avec de l'orge, la céréale qui résiste le mieux au climat du nord de l'Écosse - elle a créé un goût. L'orge non maltée est utilisée en Irlande, car sa fiscalité était à l'origine plus avantageuse que celle de l'orge maltée - elle a créé un goût. [...] Les classes moyennes écossaises consommaient d'énormes quantités de xérès, laissant de nombreux fûts vides sur les quais - elles ont créé un goût ." (Dave Broom, op. cit.)

## Pourquoi CLES ?

Comprendre  
Les Enjeux Stratégiques

Depuis 2007, Grenoble École de Management a introduit dans son cursus un enseignement de géopolitique. Cette initiative novatrice s'appuie notamment sur la conviction que, face à un monde complexe et en mutation permanente, l'entreprise et les managers ont besoin du prisme de la géopolitique pour se positionner, prendre les bonnes décisions et engager les stratégies adéquates.

Il s'agit toutefois d'une approche originale de la géopolitique. À travers ses enseignements et ses activités de recherche, Grenoble École de Management envisage celle-ci sous un angle opérationnel. L'objectif est d'offrir aux décideurs économiques les outils d'aide à la décision nécessaires pour naviguer dans un environnement au sein duquel les risques et les opportunités évoluent sans cesse.

Avec la publication des notes CLES, Grenoble Ecole de Management souhaite partager, chaque semaine, avec ses partenaires, le fruit de ses recherches en matière de géopolitique.

Elle souhaite aussi stimuler les échanges d'idées et les partages d'expérience. Car, dans le monde qui est le nôtre, c'est aussi de la confrontation des visions que provient la performance. ■

Retrouvez d'autres analyses géopolitiques sur [www.diploweb.com](http://www.diploweb.com) et sur [www.grenoble-em.com/geopolitique](http://www.grenoble-em.com/geopolitique).