

L'APE introduit le *Shochu* dans l'UE

Avec l'accord de partenariat économique UE-Japon (APE), le *shochu* réussit à trouver sa place sur le marché mondial

Le saké japonais. Dans le monde occidental, c'est un terme qui désigne généralement le « *nihonshu* ». Mais le fait est qu'au Japon, le mot « saké » signifie alcool et le « *shochu* » est un autre saké japonais traditionnel encore malheureusement méconnu au-delà des frontières de l'Archipel.

Cet alcool distillé, riche de 500 années d'histoire est obtenu à partir de grains ou légumes fermentés à l'aide d'une moisissure appelée *koji* (*Aspergillus oryzae*) avant la distillation. Son mélange d'ingrédients donne au *shochu* ses caractéristiques distinctives, des saveurs et arômes complexes.

Fabriqué à partir de patates douces, du sarrasin, de l'orge, du riz et du sucre roux, le *shochu* se distingue des spiritueux occidentaux par sa teneur en alcool entre 25% et 45% et constitue une nouvelle alternative. Une nouvelle catégorie dans le monde des boissons.

Le *nihonshu*, tel que le vin, est plus facile à accommoder avec la nourriture (d'une perspective occidentale), ce qui rend sa commercialisation plus simple. Mais le *shochu* devrait lui aussi se défendre sur la scène gastronomique mondiale.

Kyushu, une île du sud du Japon, abrite de nombreuses distilleries, dont TAKAHASHI SHUZOCO., LTD., qui a présenté son *shochu*, à base de riz, à l'Expo Milano 2015. Le président de l'entreprise, Mitsuhiro Takahashi a déclaré : « Lors de cette foire internationale, nous avons présenté le *nihonshu* comme alcool

brassé et le *shochu* de riz comme alcool distillé. Les deux sont fabriqués à partir de riz, la récolte céréalière principale au Japon. Nous avons offert une dégustation de *shochu* de riz avec des sushis pour montrer aux visiteurs à quel point ils se marient bien. Nous avons plutôt rencontré du succès. »

Après un accueil positif en 2015, les exportations vers l'Europe de TAKAHASHI SHUZO ont enregistré une croissance de 112,5% l'année suivante. En 2017, le taux de croissance en glissement annuel a atteint 268,5% et se cesse d'augmenter. En Europe, l'entreprise exporte actuellement vers le Royaume-Uni, les Pays-Bas, la Belgique et la Suède. De nouvelles destinations ne cessent de venir allonger cette liste.

Les distillateurs explorent de nouvelles façons d'amener le *shochu* dans le monde occidental. La société Kyoya Distiller et Brewer Co., Ltd., à Miyazaki, présente notamment un *shochu* de patate douce à base de gin appelé Yuzugin.

« Notre objectif était de proposer un nouvel alcool que l'on pourrait apprécier comme le whisky ou le brandy dans un bar. Le Yuzugin offre des arômes francs et frais avec un équilibre entre la patate douce et l'agrumes yuzu, provenant tous deux du Kyushu. Il peut parfaitement se boire avant les repas comme apéritif, pendant en tant que boisson d'accompagnement ou après comme digestif. Le Yuzugin a su se faire une place au Royaume-Uni, pays d'où est originaire



Mariage *shochu* de riz TAKAHASHI SHUZO - sushis à l'Expo Milano 2015. Cette nouvelle catégorie de boissons alcoolisées a rencontré un franc succès auprès des barmen italiens.



le gin. Après avoir goûté le *shochu* à base de gin, un grand nombre de clients ont montré un intérêt pour le *shochu*. » explique Shinichiro Watanabe, président de Kyoya Distiller & Brewer Co., Ltd.

Les négociations sur un APE ont débuté en 2013 et ont été finalisées en 2017. Une fois en vigueur, des tarifs moins élevés favoriseront les échanges, faciliteront les investissements, créeront de nouveaux emplois, stimuleront la

Bouteilles de *shochu* de trois producteurs. La forme et la taille des bouteilles varient selon le produit. Lorsque l'APE entrera en vigueur, assouplissant les restrictions sur les quantités de bouteilles, les fabricants pourront utiliser leurs bouteilles originales conçues pour des produits individuels.



Présidents de trois fabricants de *shochu*.
Gauche : Mitsuhiro Takahashi, président de TAKAHASHI SHUZO CO., LTD.
Centre : Shinichiro Watanabe, président de Kyoya Distiller et Brewer Co., Ltd.
Droite : Kazuto Hombo, président de Hombo Shuzo Co., Ltd.

concurrence sur le marché et dynamiseront l'économie en général.

Par ailleurs, l'APE protège les indications géographiques (IG) en tant que propriété intellectuelle, en utilisant un signe distinctif pour indiquer la provenance d'un produit – pays, région ou localité particulière. L'objectif est notamment de préserver des caractéristiques précieuses telles que la qualité et la réputation. Cela empêche également

l'apparition de contrefaçons sur le marché mondial, ce qui est une bonne nouvelle pour les fabricants de *shochu*.

« L'APE imposera des restrictions sur le *shochu* faussement étiqueté « *shochu* japonais », produit hors du Japon. Cette initiative améliorera la reconnaissance de la marque Kyushu sous le nom de *Shochu Island*. Grâce à la protection des indications géographiques, les fabricants de *shochu* japonais pourront unir leurs

efforts pour faire connaître le véritable goût du *shochu* japonais en Europe. De plus, les restrictions sur la quantité par bouteille nous permettront d'exporter des bouteilles et des bouchons originaux que nous avons soigneusement conçus pour chaque produit, offrant ainsi aux consommateurs une large gamme d'options. » explique Kazuto Hombo, président de Hombo Shuzo Co., Ltd. Et maintenant, santé ! *