

Point de départ

Lancement d'un nouveau produit à base d'absinthe



La distillerie Blackmint est une toute petite entreprise située à Môtiers dans le Val-de-Travers (NE). Créée dans les années 1940, elle se spécialise dès ses débuts dans l'élaboration et la commercialisation de sirops et d'alcools de menthe, en tirant les huiles essentielles nécessaires à leur fabrication par la distillation des feuilles de menthe poivrée cultivée dans la région. C'est en 1990 que son propriétaire actuel, Yves Kübler, reprend la distillerie avec un associé. Ils lancent alors un nouveau produit alcoolisé aux saveurs anisées proche du pastis, la Rincette, qui assurera

le succès jusqu'à ce jour de la distillerie Blackmint.

En 2003, Blackmint avait un chiffre d'affaires de près de 2 millions de francs suisses et employait deux personnes. Blackmint produit et commercialise les différents produits suivants, alcoolisés ou non :

- les sirops, notamment celui de menthe qui est le pilier historique de l'entreprise, par un procédé est toujours artisanal et avec de la matière-première indigène. Actuellement, cette activité commerciale est sous-traitée ;
- les spiritueux : par passion, l'entreprise produit aussi des alcools blancs (eaux-de-vie de fruits) sous la marque Blackmint ;
- les produits sur mesure : Blackmint est active dans la confection et la vente de boissons destinées à la vie nocturne. Suite à une opportunité, elle produit notamment le Kamikaze, boisson tonique bien connue dans les bars et discothèques de la région. En outre, grâce à sa flexibilité de fabrication, elle peut élaborer en quelques jours des alcools

sur demande pour des soirées spéciales ;

- les anisés : dès 1990, La Rincette est le produit phare de l'entreprise, lui assurant un développement régulier des ventes. Il s'agit d'un apéritif anisé de 45 % vol. distillé à partir d'anis vert, de fenouil et d'autres plantes aromatiques. Le pari était risqué pour une petite entreprise, puisqu'il s'agissait de fabriquer un produit destiné à la grande distribution et à la gastronomie qui rappellerait le goût original et l'arôme d'un produit mythique défendu depuis 1910... l'absinthe ! Pari réussi, puisque douze ans après la Rincette a permis à Blackmint de s'établir sur un marché des spiritueux très concurrentiel et en déclin. Il s'agit à présent du *core business* de l'entreprise.



En octobre 2002, après de dures négociations avec le laboratoire cantonal neuchâtelois des denrées alimentaires et bénéficiant d'un assouplissement de la législation concernant les produits anisés, la distillerie Blackmint a reçu l'aval des autorités pour produire et commercialiser un « extrait d'absinthe Kübler ». Si ce terme « extrait » peut sembler étonnant, il faut savoir que, avant 1910, toutes les étiquettes d'absinthes comportaient déjà cette mention, car il était interdit de vendre un alcool sous le nom d'absinthe.

Ce produit, arrivé sur le marché fin 2002, a d'emblée connu une demande assez soutenue grâce aux médias régionaux qui ont fait de grands titres sur « la libéralisation du marché de l'absinthe » : de grands distributeurs ont immédiatement contacté Blackmint pour manifester leur intérêt d'avoir ce nouveau produit dans leur assortiment. Le positionnement de ce produit est haut de gamme, mais Yves Kübler ne peut pas le vendre trop cher, n'ayant pas de produits d'appel

comme les producteurs de whisky single malt.

Yves Kübler investit chaque année environ CHF 100 000.– en frais commerciaux : CHF 30 000.– pour la publicité et la promotion, CHF 70 000.– pour la distribution (frais de référencement, de déplacement, etc.). La publicité se résume à quelques annonces dans la presse, du type « pavé » dans *Le Matin dimanche* et une présence à deux ou trois salons du type « produits du terroir » ou spécialisés pour les restaurateurs et sommeliers. Néanmoins, il profite du rédactionnel de plusieurs médias comme *Le Temps* ou même de reportages de la TSR dans le cadre du journal télévisé. Il fait également de la publicité payante dans des magazines, comme *Plaisir & Gastronomie, Essen und Trinken*, et les revues consacrées aux cigares.

Fréquemment visité, son site Web « redesigné » début 2003, lui apporte quelques demandes de renseignements et commandes par mois. Il redirige

ces dernières vers le point de vente le plus proche. Yves Kübler y observe un intérêt mondial pour l'absinthe, et un niveau culturel élevé. Il réalise quelques ventes par prépaiement au moyen du numéro de carte de crédit transmis par courriel. De plus, sont publiés en ligne tous les articles de journaux en sa possession qui ont parlé de la « libéralisation de l'absinthe » et du lancement de son « extrait d'absinthe Kübler » fin 2002.

Depuis le 1^{er} mars 2005, la législation autorise les producteurs officiels comme Blackmint à fabriquer et à vendre de l'absinthe selon des critères régis par la loi. En outre, une demande pour une appellation d'origine contrôlée (AOC) a été déposée par l'interprofession des producteurs.

Ces éléments ont déjà contribué à stimuler les ventes de la « véritable Fée Verte ».

Sources :

- Entretien de François Courvoisier avec Yves Kübler, le 15 juillet 2003.
- www.blackmint.ch