

L'esprit naît de la rencontre entre alcool et chocolat

Trois ans. Ou plus précisément trois saisons. C'est le temps qu'il aura fallu à Jean Grimaldi et Stefanu Venturini pour mettre au point leur « esprit de chocolat ». Un produit qui s'apparente à une liqueur haut de gamme, « car nous sommes à 30 °C, alors que les liqueurs « classiques » sont entre 18 et 24 °C, sauf dans certaines grandes maisons », précise le jeune dirigeant du domaine Mavela, à Aleria. L'alliance du chocolat et de la distillerie. Un mariage unique car contrairement à des produits déjà existants, l'alcool a été travaillé pour obtenir un liquide transparent : « Nous aurions pu le colorer, lui donner une couleur marron, mais il aurait fallu utiliser de la poudre de cacao ou un colorant alors que nous avons choisi de travailler à base de couverture de chocolat », précise l'artisan cortenais.

Présenté dès vendredi à la foire de Bologniano, l'esprit de chocolat devrait séduire par son odeur particulièrement prononcée, qui donne presque envie de croquer le verre : « Nous avons souhaité élaborer un produit différent de ce qui peut se trouver aujourd'hui en retranscrivant l'arôme du chocolat avant qu'il ne soit modifié ». Un savant mélange d'alchimiste car le chocolat ne supporte normalement pas une température supérieure à 50 °C, tandis que la distillerie s'effectue à 92 °C : « Il a fallu trouver l'équilibre entre les deux, pour éviter que le chocolat ne soit trop torréfié et que son goût ne soit pas altéré. D'où l'importance de disposer d'une matière première de très bonne qualité », souligne Stefanu Venturini.

Des dizaines d'essais pendant trois ans

Les ratés ont pourtant été nombreux avant de parvenir au produit qui sera commercialisé « à 600 exemplaires numérotés » seulement. Il a notamment fallu inventer l'accord parfait entre l'alcool et le chocolat noir à 70 % de cacao. « Au premier essai, nous étions très sûrs de nous, et quand on a goûté, c'était une catastrophe ! Donc on a recommencé et recommencé



C'est à partir d'une couverture de chocolat à 70 % de cacao qu'a été élaboré l'esprit de chocolat, mis au point par le chocolatier Jean Grimaldi et Stefanu Venturini du domaine Mavela.



Chaque flacon de liqueur pèse 1 kg vide. Une fois rempli d'esprit de chocolat, il atteint les 1,7 kg.

(Photos Jeannot Filippi)

Un produit de luxe

Les amateurs devront se dépêcher car il n'y en aura peut-être pas pour tout le monde. Seules 600 bouteilles numérotées d'esprit de chocolat sortiront de la distillerie Mavela. Un choix assumé par Jean Grimaldi et Stefanu Venturini : « C'est un produit haut de gamme, qui sera vendu aux alentours de 45€. Nous avons voulu créer quelque chose qui soit demandé, apprécié, mais pas forcément consommé en grande quantité ».

Le luxe est assumé jusqu'au packaging : « L'emballage, le flacon qui pèse à lui seul un kilo... Tout a été pensé pour être en accord avec l'esprit de chocolat, son côté unique, inattendu. L'accord se devait d'être parfait dans les moindres détails ».

jusqu'à arriver à un résultat qui nous convienne. C'est ce qui nous a permis d'aller de l'avant et ce qui est vraiment intéressant dans ce métier. L'innovation est sans fin. Il s'agit avant tout de qualité », note-t-il encore.

Une qualité recherchée notamment dans les grands restaurants, et c'est aussi à cette clientèle qu'est destiné l'esprit de chocolat : « Nous avons pris contact avec de grands chefs, notamment pâtisseries qui veulent goûter le produit et créer des recettes. Aujourd'hui les desserts sont devenus innovants, surprenants. Quand on entre dans certains restaurants, on est accueilli par des vitrines de pâtisseries. Faire en sorte que

les grands maîtres s'approprient cette liqueur serait extraordinaire », expliquent les deux compères de concert.

Avant de sortir une douceur qui associera étroitement le chocolat et son esprit, probablement à Pâques, Stefanu Venturini et Jean Grimaldi attendent patiemment les premiers retours, qui se feront certainement désirer jusqu'aux premiers jours de janvier. « Toutes les critiques, bonnes ou mauvaises, sont à écouter et à prendre en compte. C'est ce qui nous permettra, plus tard, de proposer un produit encore plus travaillé ».

SANDRINE ORDAN