23 AVRIL 2021

MAISONS REPORTAGES

Pellehaut joue la carte folle blanche

Parmi les leaders des côtes de Gascogne, le château de Pellehaut n'en oublie pas pour autant l'armagnac, ADN de la famille Béraut.

« A une époque nous avons fait du vin parce que l'armagnac ne se vendait pas. Aujourd'hui nous vendons de l'armagnac grâce au vin », pointe Mathieu Béraut qui gère avec son frère Martin le domaine familial de Montréal-du-Gers. « L'armagnac, poursuit Mathieu, c'est l'ADN de notre famille. » Pas étonnant que les Béraut apportent un regard tout particulier à leurs eaux-de-vie. Une nouvelle gamme vient d'ailleurs de voir le jour.

Une approche nouvelle pour concilier la tradition des vieux armagnacs mais aussi répondre à une demande récente. « Durant vingt ans nous avons élevé de magnifique folle blanche, éclaire Mathieu. Ces armagnacs sont désormais en pleine maturité. Nous avions envie de mettre en avant les qualités, les spécificités de ce cépage de l'armagnac. » D'où, deux mono cépages folle blanche qui déboulent sur le marché : un 10 ans, un 20 ans. Et ce n'est pas tout. La gamme propose également deux autres mono cépages, de l'ugni blanc cette fois, en 30 ans et 40 ans.

Cette mise en avant de la folle blanche n'est pas dû au hasard. « La demande est forte pour ce cépage très apprécié des connaisseurs », souligne Aurélie, chargée du marketing et de la commercialisation dans la famille Béraut.

Mathieu, guidé par ses talents d'assembleur, laisse parler son inspiration au travers de cette nouvelle gamme racée et au caractère bien trempé.

Avec cette nouvelle gamme le château de Pellehaut entend poursuivre sa démarche auprès des cavistes (qui réalisent 70 % des ventes du domaine en France), mais aussi s'adapter au marché à l'export (50 % du chiffre d'affaires armagnac de Pellehaut). L'Angleterre, l'Irlande, la Belgique, ou l'Italie pour l'Europe, la Russie et les États-Unis sont les marchés de Pellehaut. Une Amérique à laquelle les frères Béraut portent une attention particulière avec, pourquoi pas dans un proche avenir, des armagnacs encore plus jeunes et l'univers de la mixologie en point de mire.

Avec un « pack plus épuré, plus élégant », Aurélie travaille à la mise en avant de ses mono cépages en notant au passage que « depuis deux ans le marché français est un peu plus curieux » des armagnacs.

Une curiosité que le château de Pellehaut entend titiller.

Aurélie, Martin et Mathieu Béraut (photo Ph.C.)