

Le chocolat belge *Génération Bean to bar*



De la fève

C'est au départ de la fève que tout commence. À partir d'elle que s'écrit l'alléchante histoire du chocolat. Cette origine, nous l'avons oubliée, nous n'en connaissons plus les effluves torréfiés. Un peu à l'instar de ces enfants qui, à force de manger des « fish sticks », imaginent les poissons carrés et panés sous l'océan. Il s'agit d'un oubli coupable, nous ne devrions jamais laisser le soin à personne de nous dicter ce qui entre dans notre césophage. Cela dit, nous avons bien été aidés en cela. L'industrie s'est employée à nous « brainwasher » la matière grise, imposant une novlangue totalement absurde. Depuis, non contents de parler un sabir indigne – le fameux « chocolat fondant » –, nous confondons tout, jouant à comparer les pourcentages comme des gamins, encore eux, s'amusant de celui qui a le plus gros zizi. L'amertume ? C'est un leurre complet. Est amère la daube scandaleuse produite par les géants de l'agroalimentaire. On a encore en tête le plaidoyer de Björn Becker – qui, pour info n'est pas le fils de deux tennismen, mais bien la partie mâle de Mike & Becky, duo d'artisans repris dans cet ouvrage : « La plupart des gens croient qu'un chocolat à 70 % est forcément amer. En fait, l'industrie formate le goût et préfère produire avec moins de cacao et plus de sucre parce que c'est moins cher et plus addictif. Elle travaille des fèves mal fermentées, une matière première à bas prix. Du coup, ses tablettes sont quasi immangeables. » On en est là.

Faut-il désespérer ? Oui... car la majorité du fameux « chocolat belge » est amnésique des fondamentaux d'un produit atypique qui abouche le Nord au Sud (très souvent dans une déplaisante configuration « maître et esclave » aux relents nauséabonds).

Mais la réponse est également, et heureusement, « non ». C'est ce dont on témoigne : un soulèvement a vu le jour, dont il convient de dire qu'il a été initié par Pierre Marcolini (qui cosigne cet ouvrage) ; grâce lui soit rendue. Une nouvelle génération que l'on ose appeler « Bean to bar » a décidé de secouer le cacaoyer. On ne peut que s'en réjouir. Ce sont eux, ils sont treize, que cet ouvrage donne à saliver. Sans modèle préétabli, les process ayant disparu, ces lanceurs d'alerte gastronomique ont cherché à refaire du chocolat de « M à Z » (si l'on est d'accord pour dire que la phase « A à L » est celle qui se produit par-delà les mers).

Au fil des pages, vous les découvrirez, chacun avec ses qualités et ses défauts, ce qui revient parfois au même. Passionnante est également la position de laquelle ils parlent, tous les chocolatiers étant loin d'en être au même stade. Cette génération m'a ému et carrément converti à sa cause.

Et vous ? Tout porte à croire qu'il en ira bientôt du chocolat comme du vin. Aux uns, les gros rouges qui tachent et regorgent de sulfites, vendus à l'hecto ; aux autres, une approche de dégustation éclairée et responsable, entre identification des fèves et des terroirs. Régression ou progression ? Oubli ou mémoire ? Inconscience ou pleine conscience ? Qui a les clés du palais ? VOUS. C'est donc VOUS qui voyez. Et ne dites pas qu'on ne vous avait pas prévenus.

Michel Verlinden



Bean to bar 2.0

C'est d'une envie extrême de transmettre une philosophie et une passion que tout a commencé. Loin de vouloir faire l'apologie du chocolat belge, il s'agit pour moi de raconter l'histoire d'un chocolat d'auteur. De mettre en lumière ce travail de la matière en amont, à partir de ces précieuses fèves de cacao, qui confèrent une personnalité unique et des saveurs insoupçonnables au chocolat.

Faire grandir ce mouvement «bean to bar», que j'ai initié il y a plus de vingt ans et qui prend vigueur aujourd'hui à travers une toute nouvelle génération d'artisans. Un collectif singulier où chacun forge sa voie. Car il n'y a pas d'école pour fabriquer son propre chocolat.

J'ai imaginé ce livre pour offrir à chacun un éclairage sur notre métier. Donner les clés d'une tradition réinventée chaque jour par ces 13 chocolatiers. Pourquoi 13 ? Pour porter bonheur à chaque lecteur, sans doute...

Pierre Marcolini

Cédric De Taeye 10

Chocolatier M 26

Chocolatoa 42

Darcis Chocolatier 58

Deremiens 74

Legast artisan chocolatier 92

Mi Joya 108

Mike & Becky 124

Millésime Chocolat 140

Pierre Marcolini 156

The Chocolate Line 172

Van Dender 188

ZUUT 206

L'origine des fèves

Criollo

Mexique, Tabasco - Finca la Joya

Variété : Criollo blanc d'exception très semblable à un porcelana.

Saveurs : Acidité surprenante tout en puissance. Amertume discrète.

Flaveurs : Très citronnée et tonique, fruits secs.

Caractéristiques spécifiques : Chocolat de couleur claire, provenant des fèves criollo Carmelo qui sont toutes blanches avec pour certaines de fines rayures roses. Mise à côté d'un chocolat noir Forastero (Brésil), on pourrait croire que c'est une tablette de lait.

Indonésie, Java - ferme d'État

Variété : Criollo anciens, Casse-clair.

Saveurs : Acidité soutenue.

Flaveurs : Arômes d'épices, de poivre et de fruits, note fumée très caractéristique de cette variété.

Caractéristiques spécifiques : Rare criollo blanc d'Indonésie, ramené par les colons hollandais sur l'île de Java.

Venezuela, Aragua - Village de Chuao

Variété : Criollo Primitif

Saveurs : acidité et amertume équilibrée

Flaveurs : Cacao d'exception, délicat en bouche, fraîcheur subtile de violette, très cacao.

Caractéristiques spécifiques : Terroir isolé entre les montagnes et la mer, accessible que par bateaux, cette variété de cacao rare est restée intacte au travers de siècles.

Perou, Alto Puera - Plantation Las Pampas

Variété : Criollo Blanco

Saveur : Équilibrée.

Flaveurs : racé, agrume, cacao et goût fermentaire.

Caractéristiques spécifiques : Puera terroir qui abrite la majorité des criollo du Pérou.

Trinitario

Brésil, Bahia - Fazenda Leonida

Variété : Trinitario (Mélange du Criollo et du Forastero)

Saveurs : Acidité équilibrée, peu amer.

Flaveurs : Fruits tropicaux, (passion, bananes) et fruits secs (noix)

Caractéristiques spécifiques : Ferme modèle grâce au travail perfectionniste de son propriétaire.

Cuba, Oriente - Terruno de Baracoa

Variété : Trinitario ancien des Caraïbes.

Saveurs : Amertume bien soutenue sans excès.

Flaveurs : Notes de bois sec, de noisettes sèches, corsé agrémenté d'un soupçon de tabac.

Caractéristiques spécifiques : Sa puissance au nez est extrême, au moment de sa torréfaction toute la rue est embaumée.

Vietnam, Détroit du Mékong - Ile de Ben-Tre

Variété : Trinitario

Saveurs : Bel équilibre entre amertume et acidité

Flaveurs : vin rouge, fruits secs, cacao.

Caractéristiques spécifiques : le cacao du Vietnam fait partie de cultures récentes réactualisées et très prometteuses.

Madagascar, Sambirano - Ambaja

Ferme Somia

Variété : Trinitario

Saveur : Belle acidité

Flaveurs : cannelle, fruits rouges et jaunes, fleuri influence de l'Ylang-Ylang planté dans la propriété.

Caractéristiques spécifiques : La vallée de Sambirano est connue pour sa variété de cacaos rares, criollo et trinitario, exception parmi les cacaos de la région Africaine.

Forastero

Cameroun, Haut-Penja
Plantation « Dark Mungo »

Variété : Forastero

Saveurs : peu acide, amertume marquée.

Flaveurs : agrumes, terreux, basique.

Caractéristiques spécifiques : Petite culture expérimentale âgée de 4 ans, exclusivement réservée à la maison Marcolini. Le terroir (riche et volcanique) donne aux fèves leur identité Cameroun.

Nacional

Équateur, Los Rios - Hacienda Puerto Romero

Variété : Nacional

Saveurs : Bel équilibre entre l'amertume et l'acidité.

Flaveurs : Jasmin et fleur d'oranger, les locaux appellent ce goût « Arriba », noix, vin rouge.

Caractéristiques spécifiques : C'est une fève qui a la sensibilité du criollo, la couleur violette très foncée, plus que le Forastero.



Pierre Marcolini

Pierre Marcolini

Et puis un jour, Pierre Marcolini est venu. Finie la sieste : la face du chocolat belge n'allait plus jamais être la même. « Marco » s'est mis en tête d'en redorer le blason, d'être le gardien du temple. Non sans s'assurer au préalable que les fondations du sanctuaire fussent bien celles des origines : bean to bar.

À l'origine

L'ARTISANAT EST-IL SOLUBLE DANS LES ROUAGES D'UNE ENTREPRISE PRÉSENTE AUX QUATRE COINS DU MONDE ?

« Être artisan n'est pas une question de taille, c'est un état d'esprit, celui de ne pas faire de compromis par rapport à la matière première. Pour moi, faire un chocolat consiste en la retranscription fidèle de tous les arômes que j'ai perçus en me rendant sur le lieu même de la plantation. En ce sens, la taille de notre société est un avantage : lorsque je vais sur place pour négocier 4 tonnes de matière première, je sais que l'on va m'écouter. Je suis en phase avec Joël Robuchon qui pensait que la différence entre des restaurants avec deux et trois étoiles n'était pas dans la technique, mais dans l'accès aux produits. L'autre élément capital, c'est le savoir-faire qui s'incarne dans l'humain. Il y a 80 personnes qui s'activent au sein de l'entreprise, pour 230 tonnes produites annuellement. Continuer à grandir en restant un artisan est possible à condition de ne pas voir la main-d'œuvre comme une entrave, un frein. C'est le contraire : une valeur ajoutée, un capital unique. Depuis que nous existons, nous avons engagé chaque année... Cela me fait dire que je suis dans le bon », explique Pierre Marcolini (54 ans).

COMMERCE ÉQUITABLE

« Nous payons 5 000 à 7 000 dollars la tonne, nous pouvons même monter jusqu'à 14 000... là où le marché propose habituellement 1 500 dollars au planteur », poursuit l'intéressé. L'idée étant d'avoir la meilleure connexion possible avec le producteur afin de, pourquoi pas, intervenir en amont de la transformation. Un exemple ? Le Cameroun, où Pierre Marcolini ambitionne d'insérer du poivre, à la place des feuilles de bananier, au cours de la fermentation – il s'agit d'un moment crucial du processus au cours duquel s'opère une capture aromatique. But de la manœuvre ? Se mettre au diapason de l'expression d'un terroir labellisé par une indication géographique protégée (IGP – poivre de Penja).



« J'ai besoin de donner un sens aux choses. Je ne peux pas regarder quelqu'un qui déguste un chocolat avec mon nom dessus en me disant : c'est juste du chocolat fondu et c'est quelqu'un d'autre qui l'a fait. Mon objectif, c'est qu'en dégustant les yeux fermés, on puisse se dire: ça, c'est du Marco... » — Pierre Marcolini



BEAN TO BAR

« Cette idée a commencé à me tarauder en 1995, juste après la Coupe du monde de pâtisserie. Lorsque j'allais à Lyon, je passais toujours par la Maison Bernachon. C'était incroyable. Y entrer revenait à faire un voyage dans le temps, on était transporté dans une chocolaterie au début du XX^e siècle. Les odeurs de torréfaction me bluffaient. En réalité, cela me minait le moral car du coup, je pensais : "Je ne suis pas un vrai chocolatier, je ne suis que l'agent de Valrhona, je perpétue une signature gustative qui n'est pas la mienne." Impossible d'en rester là, il fallait que je développe mon goût propre. Je me suis lancé dans l'aventure en 1999. À l'époque, on me taxait de fou, car cela représentait un investissement énorme. Avec le nouvel engouement qui se fait autour du bean to bar, la perspective a changé... mon intuition initiale est devenue "visionnaire". »

UN MÉTIER PERDU ET RETROUVÉ

En dépit des enjeux quant au dialogue Nord-Sud et du fait qu'il se dresse comme un barrage contre l'uniformisation du goût, le bean to bar n'est pas une évidence, il est une remise en question : un réapprentissage du métier doublé d'un questionnement frontal quant aux habitudes de consommation. Pierre Marcolini rapporte volontiers l'anecdote suivante : « En 2006, nous avons bien avancé dans la réappropriation d'un savoir-faire au départ de la fève. Il me semblait que l'on avait dépassé les erreurs, les incertitudes, le désespoir et presque les doutes. Lors des Nocturnes du Sablon, un monsieur me prend à part et me dit qu'il voudrait me parler de mon chocolat au lait. Je m'attendais à recevoir des félicitations. Le type me dit : "Je n'en prendrai plus jamais, ce n'est plus celui que vous faisiez avant." J'étais effondré, car celui qu'il ne voulait plus acheter était vraiment le mien. Cet épisode n'est pas anodin, il me permet de comprendre pourquoi certaines maisons ne se sentent pas prêtes à faire le pas. Peut-être que ma chance, c'est d'avoir une forme d'insouciance et de folie. C'est la fameuse phrase de Mark Twain : "Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait." »

LA MOTIVATION

« J'ai besoin de donner un sens aux choses. Je ne peux pas regarder quelqu'un qui déguste un chocolat avec mon nom dessus en me disant : c'est juste du chocolat fondu et c'est quelqu'un d'autre qui l'a fait. Mon objectif, c'est qu'en dégustant les yeux fermés, on puisse se dire : ça, c'est du Marco... »

LA CRÉATION

« Mon outil de prédilection est l'iPad. Je travaille au départ d'un carnet de tendances qui n'a rien à voir avec mon secteur. Je n'ai jamais autant d'idées que lorsque je voyage et que je suis dans un avion. J'élabore mes collections de manière abstraite. Ces rêves se transforment en cauchemars pour Laurent Soenen, mon bras droit. Il est celui qui me comprend et qui sait ce que j'attends. Je lui décris ce que je veux et il met tout en œuvre pour l'obtenir. Le résultat se discute ensuite lors de séances de dégustation. » La gamme fait valoir deux vitesses : les classiques indébouillonnables et les créations saisonnières qui se chargent de faire du chocolat une matière vivante propice aux nouveaux accords.

LA DIFFÉRENCE

Peut-être le fait que Pierre Marcolini soit pâtissier. Ce background l'aide à avoir un propos différent sur le chocolat.

LA CROISSANCE

Un chiffre symptomatique : en 18 ans, la chocolaterie Marcolini est passée de 30 à 4 000 mètres carrés. Le tout pour une superficie répartie en micro-ateliers : moulage, enrobage, confiserie... Tout le chocolat Marcolini est produit sur le site de Haren (Bruxelles).

Un besoin de reconnaissance ? Ce n'est pas exclu. « M'étendre fait partie de mon ADN, je suis un conquérant et j'aime l'idée de participer au rayonnement de la Belgique comme pays du chocolat. Pourtant, je ne l'avais pas prévu. Tout a commencé par la visite d'un Japonais qui m'a proposé d'ouvrir une boutique dans son pays. Je me suis dit que si on était capable de livrer à 10 000 km sans compromis sur la qualité, le monde serait alors notre jardin. C'est grisant de se dire cela. Cela dit, on reste assez petit, il y a 40 boutiques Marcolini dans le monde, un acteur comme Godiva en possède plus de 5 000. »

LE JAPON

La marque y possède 9 boutiques et 130 collaborateurs. Elle figure comme la troisième référence en termes de notoriété chocolatière.

UN TUEUR ?

Pierre Marcolini adore les coups de pied dans la fourmilière. Il a ainsi signé la mort du ballotin de pralines. Il l'a remplacé par des plateaux afin qu'il ne vienne pas à l'idée des consommateurs de renverser le contenu de la boîte sur une assiette afin de voir « si le premier étage est à l'identique du second ».

ET LE TORRÉFACTEUR ?

Un impressionnant Petroncini, la Rolls du genre, une machine capitale « que l'on peut régler au dixième de degré près ».

UNE ÉMOTION ?

« Être dans le Larousse illustré 2016... même s'il n'y a pas deux pages. »

EN CHAIR ET EN OS ?

Au moment des fêtes de fin d'année, Pierre Marcolini officie en personne derrière le comptoir de la boutique du Sablon. Une tradition qui lui permet de « prendre la température ».

Marcolini

Rue du Bassin Collecteur 4
1130 Haren

marcolini.com





Ma pâte à tartiner salée

INGRÉDIENTS

Pour l'équivalent d'un grand pot à confiture

Préparation : 15 minutes

- 10 g de beurre de cacao
- 100 g de grué de cacao fraîchement torréfié
- 200 g de tapenade d'olives noires
- Piment d'Espelette
- Sel, poivre du moulin

PRÉPARATION

Faire chauffer le beurre de cacao dans une casserole.
Porter à 70 °C.

Mixer avec le grué de cacao pour obtenir une consistance de type pesto.
Mélanger intimement à la tapenade.

Assaisonner à l'envie avec du piment d'Espelette, du sel et du poivre.

Conseils & astuces

Un condiment original pour accompagner viandes et poissons.
Vous pouvez conserver cette pâte à tartiner jusqu'à 2 semaines au réfrigérateur.

Remerciements

Merci

À Valérie, Jade et Sasha pour me laisser le temps de vivre ma passion.

À mes équipes qui vivent au quotidien mon enthousiasme
et mes déceptions.

À Michel pour m'avoir fait confiance dans ce projet un peu dingue.

Aux Éditions Racine pour leur clairvoyance.

À mes amis chocolatiers, et plus particulièrement Cédric de Taeye
et Jean-Philippe Darcis.

Pierre Marcolini

Je tiens à remercier :

Laurence, Justine et Hadrien.

Mes parents.

Ma grand-mère.

L'inépuisable Pierre Marcolini.

Les chocolatiers qui n'ont pas été avarés de leur temps.

Toute l'équipe de Racine.

Sans oublier André Dufourneau, faux noble et paysan perversi, qui
fut un bon enfant, peut-être un homme cruel, eut de puissants désirs
et ne laissa de trace que dans la fiction qu'élabora mon maître PM.

Michel Verlinden

Photographies : Alexandre Bibaut

Textes: Michel Verlinden

Relecture : Catherine MeeÛs

Suivi éditorial : Diane De Brandt, Laura Franckx, Colette Mennekens

Conception graphique et mise en page : Delphine Volkaert

www.racine.be

Inscrivez-vous à notre newsletter et recevez régulièrement
des informations sur nos parutions et activités.

© Éditions Racine, 2018

Tour et Taxis, Entrepôt royal

86C, avenue du Port, BP 104A • B - 1000 Bruxelles

D. 2018, 6852. 29

Dépôt légal : novembre 2018

Imprimé en Slovénie

ISBN 978-2-39025-065-4

Toutes reproductions ou adaptations d'un extrait quelconque
de ce livre, par quelque procédé que ce soit, sont interdites pour
tous pays.