

Café : le “bean to cup” revient en force



Le goût du café, ici latte, varie considérablement selon son origine et les méthodes de fermentation et de séchage utilisées.

PHOTOS : SHOUKÀ

L'avantage est de pouvoir varier la provenance et les arômes des grains de café à l'infini

Le café quotidien peut être un pur plaisir. Les torréfacteurs comme **Shoukà** en Haute-Savoie en ont fait leur métier et proposent en B to B de faire la différence avec des crus originaux.

Les amateurs de café ne s'y trompent pas. Ils savent faire la différence entre les poudres empaquetées, encapsulées, et les grains torréfiés à la demande. Le “bean to cup” – qui signifie “du grain à la tasse” – est de plus en plus tendance. L'avantage est de pouvoir varier la provenance et les arômes des grains à l'infini, et donc de proposer à ses clients des cafés différents, dits de spécialité, qui vont les régaler et leur donner envie de revenir.

De nouveaux torréfacteurs s'emparent de ce marché raffiné, comme l'entreprise Shoukà, née il y a deux ans à Chamonix (Haute-Savoie). Ses fondateurs adorent les coffee shops new-yorkais (États-Unis).

Se réapproprier le goût

Nathalie et Christian Duperrier ont quitté l'Île-de-France pour la Haute-Savoie en 2017. Ces amoureux de la montagne l'été comme l'hiver, professionnels de la grande distribution, voulaient grimper de nouveaux sommets. Ils décident de vendre leurs magasins Super U et entreprennent de restaurer un très beau local chamoniard de 380 m². Celui-ci devient le siège de leur marque déposée – Shoukà –, un coffee shop dans lequel sont torréfiés des cacao rares et les grains de cafés sélectionnés avec précision. « La praticité nous a fait perdre le contact avec le café,

estime Christian Duperrier. *Ce produit naturel peut varier considérablement selon son pays d'origine et les méthodes de fermentation et de séchage utilisées. Par le biais des sourceurs, nous connaissons des producteurs. Nous pouvons réserver une quantité de leurs produits d'une année sur l'autre, et ainsi travailler sur le long terme.* »

Choisir ce que l'on sert

Shoukà torréfie à la demande seize cafés variés, intenses à doux, de douze origines différentes, et propose également des assemblages, personnalisés selon les goûts des clients. La marque sert les particuliers et les professionnels. Il est possible, selon l'entrepreneur, de « mieux travailler le café », de réfléchir à ce que l'on souhaite servir à sa clientèle ou soi-même boire : quel type de café ? Préparé avec quelle machine ? « *Ce que nous créons est une boisson qui laisse des souvenirs* », argumente-t-il.

L'adresse chamoniarde existe depuis février 2021 et un second coffee shop Shoukà a ouvert à Annecy en novembre 2022. *

Alexie Valois



TROIS CRUS COLOMBIENS DIFFÉRENTS

Dans la gamme des cafés Shoukà, trois crus colombiens sont étonnants. “Geisha” est un café doux et complexe, un peu acide, avec des notes de pomme, de pêche de vigne, de thé vert et de fleurs blanches. Il s'utilise de préférence en filtre. “Papayo” a, lui, des fragrances de fruits tropicaux, de fève de cacao et de baies noires, son corps est crémeux et il a une belle longueur en bouche. “Pink Bourbon” est parfait préparé en expresso. Intense, avec des arômes chocolatés, de fraise, de pamplemousse et de sucre de canne, il ne laisse personne indifférent.