

Avril 2026

# AGAVE

## CHRONICLES - N°4

*By The Jack Drop & The French Agave*

Nouveau trimestre, nouvelles rencontres, nouvelles découvertes.

Du marché de l'agave en France au salon Viva Agave, l'actualité est riche pour cette nouvelle édition d'Agave Chronicles. Nous vous proposons également plusieurs dossiers complets sur : ENTREMANOS, Cardenxe, Niño Sin Amor et NETA.

Rejoignez nous dans cette grande aventure, à la conquête de l'agave sauvage.



# Sommaire

## INTRODUCTION

Le marché des spiritueux d'agave en France p. 3

## SALON

Le Mexique s'est invité à Paris lors de Viva Agave p. 7

## News

Artesario : belle sélection de produits p. 11

Food : Le Fer fait briller le Mexique à Lille p. 12

Cocktail : incontournable Paloma p. 13

## DOSSIERS

ENTREMANOS : entre tradition et liberté créative p. 14

Niño Sin Amor : notre entrevue avec Luis Alonso p. 18

Cardexe : le chant du Sotol p. 23

NETA : une communauté, un projet p. 27



# INTRODUCTION



## La promesse du Mezcal en France

Depuis une dizaine d'années, le mezcal est passé d'un spiritueux confidentiel à une catégorie incontournable dans certains marchés internationaux. Au Royaume-Uni ou aux Pays-Bas, il s'est imposé dans les bars à cocktails et les cartes de spiritueux premium, aux États-Unis il se consomme également sec, dans le respect des traditions. Mais en France, si la dynamique existe, elle reste encore en phase d'émergence.



### Une catégorie mondiale en pleine croissance

À l'échelle mondiale, le mezcal connaît une croissance soutenue. Le marché global, estimé à environ 1,24 milliard de dollars en 2025, pourrait dépasser 3,1 milliards de dollars d'ici 2034, avec une croissance annuelle proche de 11 %.

Cette dynamique s'explique par plusieurs facteurs : l'intérêt croissant pour les spiritueux artisanaux, la recherche d'authenticité et l'attrait pour les catégories premium. Le mezcal, avec ses méthodes de production traditionnelles, sa diversité d'agaves et ses profils aromatiques – considérés comme les plus complexes au monde – répond parfaitement à cette quête de produits singuliers. Historiquement dominé par le marché nord-américain, qui capte la majorité des exportations mexicaines, le mezcal s'étend progressivement à l'Europe, où la croissance est désormais l'une des plus rapides du secteur.

## La France : un marché en retard

Malgré cette expansion mondiale, la France reste encore en retrait par rapport à certains voisins européens. Les volumes d'agave consommés y demeurent modestes, notamment en comparaison avec les Pays-Bas, où la consommation d'agave serait environ quatre fois plus élevée.

Cette différence tient à plusieurs facteurs structurels. Les Pays-Bas disposent d'une culture cocktail particulièrement dynamique, avec une forte ouverture aux spiritueux internationaux et aux catégories émergentes. La France, bien que très développée en matière de gastronomie et de vins et spiritueux, demeure plus conservatrice dans ses habitudes de consommation.



© Florian Domergue - Viva Agave

## Des premiers signaux encourageants

Un des signes les plus visibles de la montée en puissance des spiritueux d'agave est l'apparition d'événements dédiés aux spiritueux d'agave. Le festival Viva Agave, organisé à Paris, en est un exemple emblématique. L'événement, qui a déjà connu plusieurs éditions, rassemble producteurs, importateurs et passionnés autour de dégustations, conférences et ateliers consacrés au mezcal, à la tequila et à d'autres distillats d'agave.

L'édition récente a réuni plus d'une vingtaine d'exposants et présenté plus d'une centaine de références, avec des masterclass et des rencontres visant à faire découvrir la diversité de ces spiritueux.

Autres signaux : depuis 2 ans La Maison du Whisky développe son « patio des agaves » au Whisky Live, le Rhum Fest Paris regarde avec attention cette catégorie, comptant bien l'intégrer dans une prochaine édition du salon, et au Wine Paris, il était impossible rater les stands du Mexique, multiples médaillés par le CMB.

Ce type de salons joue un rôle essentiel dans la structuration du marché français. Comme l'ont montré d'autres catégories avant lui – le rhum agricole ou le whisky japonais par exemple – la création d'un écosystème d'événements, de bars spécialisés et de formation professionnelle est souvent la première étape vers une adoption plus large.

## **Pourquoi le mezcal peut fonctionner en France**

Plusieurs tendances de consommation pourraient favoriser l'essor du mezcal en France.

### **1. La premiumisation des spiritueux**

Les consommateurs français, comme ailleurs en Europe, boivent moins mais mieux. Les spiritueux haut de gamme, artisanaux ou à forte identité culturelle connaissent une croissance importante.

### **2. L'intérêt pour les produits de terroir**

Le mezcal repose sur une logique de terroir très forte : variétés d'agaves, méthodes de cuisson, fermentation naturelle, distillation artisanale. Cette approche résonne particulièrement avec la sensibilité française aux notions d'origine et de savoir-faire.

### **3. La culture cocktail**

Le développement des bars à cocktails dans les grandes villes françaises crée un terrain favorable. Le mezcal, grâce à son profil aromatique intense, s'intègre parfaitement dans des créations contemporaines.

### **4. L'attrait pour les cultures culinaires internationales**

La popularité croissante de la cuisine mexicaine et latino-américaine participe également à cette diffusion culturelle.

## **Un obstacle majeur : l'éducation**

Malgré ces opportunités, un frein majeur subsiste : le manque de compréhension autour des spiritueux d'agave. Pour beaucoup de consommateurs français, tequila et mezcal restent encore associés à des shots festifs ou à des produits d'entrée de gamme. La complexité de la catégorie – variétés d'agave, terroirs, méthodes de production – reste largement méconnue.

Or, le mezcal est justement l'un des spiritueux les plus complexes au monde. Chaque bouteille peut refléter, une variété d'agave spécifique, un terroir, un mode de cuisson (four conique traditionnel, pierre volcanique, etc.), une fermentation naturelle dans des types variés de contenant (du bidon en plastique, à la peau de chèvre), une distillation artisanale dans des alambics d'un autre temps (style Philippin, troncs d'arbres, terre cuite...). Sans explication, ces éléments passent inaperçus, mais la catégorie regorge de petits trésors.



C'est pourquoi les acteurs clés du marché – importateurs, bartenders, formateurs et journalistes spécialisés – jouent un rôle déterminant. Leur mission dépasse la simple distribution : ils doivent raconter l'histoire du mezcal. A ce jour, on peut dire que ces éléments sont sous-développés dans l'Héxagone.

Cela passe par plusieurs leviers : la formation des professionnels du bar, les dégustations pédagogiques, les événements spécialisés, la mise en avant des producteurs et des terroirs

Autrement dit, le développement du mezcal en France repose autant sur la pédagogie que sur la distribution.

## Une croissance progressive

La France n'est probablement pas encore prête pour une explosion immédiate du mezcal. Mais tous les ingrédients sont là pour une croissance progressive :

- une catégorie mondiale en plein essor
- l'apparition d'événements spécialisés
- une nouvelle génération de bartenders passionnés

Si l'éducation suit, le mezcal pourrait progressivement trouver sa place dans le paysage français des spiritueux, aux côtés du whisky, du rhum ou du gin. Et peut-être qu'un jour, la France cessera de regarder les Pays-Bas comme un marché plus mature pour les spiritueux d'agave.

Car dans l'univers du mezcal, comme dans celui du vin, tout commence par une histoire, et en France, les belles histoires finissent souvent par trouver leur public.

**NB : cet article est également disponible la newsletter SWAF - [LIEN](#).**

# SALONS - VIVA AGAVE



## Immersion dans l'avant-garde des spiritueux mexicains

Les 8 et 9 mars derniers, le Kube Hôtel Paris s'est transformé en véritable ambassade des spiritueux d'agave à l'occasion de Viva Agave Paris. Plus qu'un simple salon, l'événement s'impose désormais comme un point de rencontre incontournable pour les passionnés, professionnels et curieux venus explorer la richesse et la diversité des distillats mexicains.

### Un festival à taille humaine

Réparti sur deux salles, le festival offrait un panorama particulièrement large : tequila, mezcal, raicilla, rhum, mais aussi cocktails grâce à la présence des barmans de La Mezcaleria. Entre dégustations libres, masterclass, et une offre food particulièrement réussie - Viva Agave a su créer une atmosphère conviviale, propice à l'échange et à la découverte.

**Un grand bravo à Martha, Laelien et leurs équipes, ainsi qu'aux bénévoles, dont l'accueil chaleureux qui ont contribué à la réussite de l'événement.**

*Si Clara était présente du dimanche, Jack a couvert la journée du lundi. Nous vous proposons ici un regard croisé sur cet événement, entre dégustations, curiosités, et rencontres.*



### Confirmation

Certaines maisons confirment année après année leur statut, et continuent de s'imposer :

- **Tequila Ocho** impressionne toujours par sa philosophie single estate. Les expressions Blanco et Reposado 2025 sont particulièrement savoureuses ! Nous avons déjà écrit un article complet dans le numéro #2 d'Agave Chronicles
- **Don Fulano** a séduit Clara avec sa Reposado particulièrement équilibrée ! L'une des marques sur lesquelles on peut également compter pour un bon RQP.
- **Lalocura** magicien des distillats d'agaves. Le maestro Eduardo « Lalo » Ángeles continue son travail, et nous a ravît. Son aura est palpable autour de chacune de ses expressions, et les plus passionnés du salon parlent de lui en terme toujours plus élogieux.
- **Neta**, ou encore **Lost Explorer** continuent d'incarner une certaine idée de l'authenticité, avec des références solides, et une belle identité.

Des valeurs sûres, qui structurent le paysage tout en laissant place à une nouvelle génération ambitieuse.

## Découvertes marquantes: ces nouvelles marques à garder à l'oeil

- **ENTREMANOS** la future Tequila qui s'imposera en France ? Pas encore disponible sur notre marché, leur High Proof (batch 2) livre une intensité remarquable — probablement l'une des meilleures tequilas du salon. *Coup de cœur de Jack en tout cas ! Nous avons eu la chance de nous entretenir avec l'équipe, plus de détails sur cette petite bombe dans la suite du magazine !*
- **Excomulgado**, projet porté par Arturo Luis, confirme son potentiel avec un Tepextate particulièrement expressif !



- **Beú**, jeune pousse allemande propose une approche très texturée, presque fibreuse d'un distillat de quote, et nous a particulièrement intrigué.
- **Ramo de Rosas** séduit avec un Madrecuishe d'une grande finesse, et son sympathique fondateur Nicolas nous a donné son interview (à retrouver sur ce lien), et surement plus d'infos à venir dans notre futur magazine (parution prévue en juillet).
- **Monte Marea** offre une raicilla fraîche, fruitée et portée par de beaux marqueurs d'huiles essentielles. *Autre coup de cœur pour Jack.*



## Micro-lots et curiosités

Le salon a aussi été marqué par une offre de micro-productions et d'objets rares :

**Vecindad** propose des éditions ultra limitées (20 à 60 bouteilles), véritables ovnis du monde des agaves. À noter toutefois une gamme classique un peu plus terne.



**Excellia**, tequila affinée en fût de cognac par la Maison Villevert. Le genre de fût qui subliment toujours une belle expression.

Mention spéciale à **Paranubes** "Cafe de Olla", une liqueur de café à base de rhum (et donc, de canne à sucre,) particulièrement savoureuse, avec des notes acides proches de la tomate. Cela semble prometteur pour un twist de Bloody Maria.



## Les embouteilleurs indépendants peuvent-ils créer l'impulsion ?

**Impossible de ne pas souligner le travail de Swell de Spirits et de leurs projets communs avec les amis de Los Convidados.** Nous le savons aujourd'hui, ceux qui font le pont entre plusieurs catégories de spiritueux ceux sont souvent les embouteilleurs indépendants, et Swell de Spirits, fondé par Michael Barbaria a pris position en faveur du Mexique.

Sa sélection "Made in Mexico" s'articule autour de 4 produits uniques en leur genre :

- #1 Made in Mexico : Rum Blanc High Esters : pour les amateurs de sensations fortes !
- #2 Made in Mexico : Agave Spirits 100% Lineño, distillerie Chacolo. Un distillat d'agave preuve du savoir-faire mexicain. Cuisson en four sous-terrain, extraction du jus à la main au maillet en bois, fermentation avec des levures sauvages pendant 25 jours en cuve en bois avec les fibres d'agaves, double distillation en alambic Philippin au feu de bois.. une entrée remarquable dans le monde du mezcal (même s'il n'en porte pas la dénomination).
- #3 Made in Mexico : Tequila Blanco 100% Agave Azul, distillerie Cascahuin. Le premier embouteillage européen indépendant de l'une des 5 plus belles distilleries de Tequila. *Nous vous avons déjà parlé longuement de Cascahuin dans le magazine Agave Chronicles n°3, et j'ai pu constater l'émerveillement du public au Brussels Bar Show.*

Le 4em produit n'est autre que le Mexican Gin devenu une marque à part entière, SIRIVS Gin. Swell de Spirits est désormais producteur au côté de ses partenaires Los Convidados et Satvrnal, ayant acquis 30% des parts de la distillerie.

C'est aussi grâce à ces amoureux du savoir-faire mexicain que les spiritueux d'agave pourront trouver leur place dans notre marché, nous en sommes persuadés. Pour preuve, l'engouement des amateurs de rhums venus déguster les produits sur différentes salons.

## Regard critique : entre marketing et réalité

Chaque marque possède une vision, un marketing (ou une absence de marketing), et des procédés de fabrication plus ou modernisés : c'est aussi ce qui la richesse des agaves.

- **Teremana**, malgré son image très marketing ("The Rock", star américaine en porte-étendard), surprend positivement : un rapport qualité/prix cohérent et une production plus sérieuse que nombre de références de grande distribution.
- À l'inverse, d'autres marques emblématiques du paysage français n'ont que peu d'intérêt gustatif, et un rapport qualité/prix loin d'être intéressant. Nous choisissons délibérément de ne pas les citer, nous préférons nous focaliser sur les bons produits.

## Une communauté qui se renforce

Au-delà des bouteilles, Viva Agave est aussi une affaire de rencontres.

Retrouvailles avec Aldo, désormais à la tête de notre nouveau restaurant mexicain préféré à Lille (Le Fer, à retrouver plus loin dans le magazine), avec les passionnés d'agaves, les barmans qui enflamment la scène cocktail, et une communauté grandissante !



© Viva Agave

## Conclusion : un rendez-vous déjà incontournable

Viva Agave Paris confirme son statut : un salon à taille humaine, exigeant, et profondément ancré dans la culture des spiritueux d'agave. Entre valeurs sûres, nouvelles signatures et micro-productions, il offre une photographie fidèle d'un secteur en pleine mutation.

La question n'est plus de savoir si l'on reviendra, mais plutôt avec qui partager l'expérience l'année prochaine. **Spoiler : on y sera.**



## Sorties récentes, bars & restaurants, recettes...

Cette section mériterait sûrement une structure plus concrète, mais nous vous y dévoilons quelques nouveautés marquantes de l'actualité, les sorties à ne pas manquer, où des bons plans récemment découverts.



## Artesario, sélection de très haut-vol

Lorsque nous recherchons des nouveautés, nous épurons le web, et tombons rarement sur des sites sérieux ou recommandables. **Artesario** fait exception à la règle, et nous a permis de découvrir de belles références - bien d'autres arriveront sous peu et feront l'objet d'un article dédié sur un prochain magazine.



La tequila **Cazcanes**, extrêmement en vue par les chroniqueurs américains spécialisés y est disponibles. La reposado nous a particulièrement marquée : cuir, gomme, pain d'épices, vanille, citron confit, agrumes forment un tout harmonieux et unique.

**El Gran Legado de Vida**, produite par le NOM 1123 (distillerie Cascahuin - encore eux me direz-vous), fait la part belle à l'agave mielleuse, aux notes florales, aux fruits exotiques, tout en gardant une finale épicée proche du piment jalapeño. Superbe !

Le mezcal **Salvadores**, ici un Cirial (agave *Karwinskii*), vous emmène sur les terres arides de Tlacolula de Matamoros dans un ensemble particulièrement terreux, sec, et épicé.

Nous avons pu rencontrer Vlad, co-fondateur d'Artesario pour mieux cerner son travail de sélection, et il s'avère que nous lui donnons toute notre confiance. Plus d'informations à venir très vite sur les différentes marques présentes dans son portfolio.

Plus d'infos sur : <https://artesarior.fr>

## Le Fer, nouveau restaurant mexicain à Lille

Etant lillois tous les deux, il n'était pas pensable de ne pas vous parler du nouveau restaurant de notre lillois de cœur favori, Aldo Ponce. Fondateur de Mexcaligne (site spécialisé regroupant une belle sélection de mezcal, liqueurs, et bières infusée au mezcal), il a récemment repris l'emblématique local vénézulien situé 42 Rue Saint-Sébastien (59800 Lille), et l'a transformé en lieu de la gastronomie mexicaine.

### Ainsi né Le Fer !



Chez Le Fer, nous célébrons la richesse de la cuisine mexicaine à travers des recettes traditionnelles, préparées avec des ingrédients frais et soigneusement sélectionnés. Tacos gourmands, burritos généreux, quesadillas fondantes, guacamole maison et spécialités épicées : chaque plat est une invitation au voyage.

Notre équipe met un point d'honneur à vous offrir une expérience conviviale, chaleureuse et pleine de couleurs, fidèle à l'esprit mexicain.

Mention spéciale pour le guacamole, l'El Sartencito, le ceviche de cabillaud à la mangue et la tostada de pollo : des assiettes généreuses, équilibrées et pleines de fraîcheur.

En complément une belle carte de boissons, des cocktails variés - dont certains en version frozen. Enfin, il nous paraît impensable de ne pas en profiter pour déguster un mezcal. A l'apéritif, en accompagnement du plat, ou en digestif !

Nous souhaitons une belle réussite à notre ami Aldo et son équipe !

# COCKTAILS

## L'incontournable Paloma



La Paloma est aujourd'hui l'un des cocktails les populaires à base d'agave à travers le monde, mais son origine reste assez floue... et c'est aussi ce qui fait son charme.

On attribue souvent sa création à Don Javier Delgado Corona, célèbre barman de La Capilla, un lieu mythique dans la ville de Tequila. Même si rien n'est officiellement confirmé, cette théorie reste la plus répandue.

Ce qui est sûr, c'est que la Paloma s'est imposée grâce à sa simplicité et son accessibilité. Contrairement à la Margarita, plus technique, elle repose sur un mélange direct de tequila et de soda au pamplemousse, souvent Jarritos, très populaire au Mexique.

Son nom, "Paloma" (qui signifie colombe en espagnol), évoque quelque chose de léger, frais et facile à boire, à l'image du cocktail lui-même.



Traditionnellement préparée avec du soda pamplemousse, la Paloma existe aussi en version avec jus de pamplemousse, pour un rendu plus naturel et moins sucré !

### Ingrédients :

- 5 cl de tequila blanco
- 10 cl de soda pamplemousse (type Fever tree, three cents)
- 1 cl de jus de citron vert
- Une pincée de sel
- Glaçons

Résultat : un cocktail frais, légèrement amer, salin et ultra désaltérant, parfait pour toutes les occasions ! Toujours avec modération.

# ENTRE MANOS



## Tradition, science et liberté créative

*Après une dégustation particulièrement marquante de la tequila ENTREMANOS au Viva Agave aux côtés de Bruno Sarabia (Los Convidados), nous avons été invité à une masterclass très privée avec Yan Monroy (fondateur), et Jaime "Jimmy" Villalobos Sauza. Entre savoir-faire exceptionnel, bouteille iconique, projet qui fait sens, et discussions passionnées, nous vous invitons à découvrir cette tequila - que nous espérons voir distribuée très vite en France.*

Dans l'univers en constante effervescence de la tequila, **ENTREMANOS se distingue par une approche à la fois artisanale, innovante, et profondément humaine.** Si l'on devait la résumer en trois mots : **Innovation, héritage, vision.**



À l'origine du projet, deux figures complémentaires, Yan Monroy et Alan Taylor. Les deux compètes ont été rejoints rapidement par l'une des pointures du milieu : Jaime Villalobos Sauza. Véritable atout d'ENTREMANOS, "Jimmy", maestro tequilero de renom, héritier d'un savoir-faire long de 5 générations (son arrière-arrière-arrière-grand-père a fondé en 1873 l'une des premières distilleries de tequila au monde) s'est vu doté de la plus grande liberté pour créer la signature de cette marque.

Sommelier, professeur en vin, il nourrit une passion pour les spiritueux du monde entier — notamment les rhums agricoles français (dont il possède une collection impressionnante de bouteilles de Guadeloupe et Martinique) ainsi que le baijiu chinois, dont il détiendrait l'une des plus grandes collections privées.

Yan Monroy (à gauche) incarne l'esprit entrepreneurial du projet. Ami d'enfance de notre très cher Bruno, cet ancien élève du lycée français de Guadalajara a également passé quelques années à Paris. Il découvre réellement l'industrie de la tequila il y a environ 7 ans, et après une expérience dans une grande distillerie (incluant une forte présence sur les différents festivals européens), il crée ENTREMANOS avec son ami Alan Taylor (COO), éducateur et créateur de contenu désormais incontournable du paysage mexicain.



Yan & Jimmy



## Liberté créative

L'un des piliers d'ENTREMANOS réside dans la liberté totale accordée à *Jimmy*.

### Premier pari : vous faire aimer la cuisson à l'autoclave.

A haute pression, mal utilisé, il fait des ravages, mais avec la précision d'un homme, et l'appui de la science, tout change. Ici les agaves sélectionnées pour leur maturité sont cuites 10h, puis elles reposent 48h dans l'autoclave. Cela permet notamment de continuer la cuisson, de descendre en température tranquillement mais surtout de générer certains congénères particulièrement aromatiques.

Libéré des contraintes traditionnelles, **il expérimente et adapte les recettes en fonction des saisons** et des conditions climatiques.

Ainsi, la fermentation varie naturellement :

- En hiver (janvier), le climat froid et sec ralentit le processus.
- Au printemps (avril-mai), la chaleur accélère la fermentation.
- En août, la saison des pluies modifie encore les dynamiques.

Cette approche vivante donne naissance à des tequilas uniques, où chaque batch peut exprimer des nuances différentes - même si la Blanco à 40% est évidemment plus régulière.

Enfin, la distillation est réalisée en 2 passes dans alambic en cuivre (*copper-pot still*, pour les intimes).

## Conscience projet humain

Le design des bouteilles, pensé en collaboration avec un ami artiste basé en Espagne, a nécessité plus d'un an et demi de réflexion. Aujourd'hui, ces bouteilles en verre recyclées sont devenues un élément distinctif important, et la petite corde iconique est placée à la main grâce à l'association créée par nos amis "Cultivando Lazos", qui permet aux femmes en situation de précarité de venir travailler sur des horaires flexibles, permettant d'allier vie de famille, et dignité.



### Précisions techniques - pour nos lecteurs les plus geeks

Une cuisson maîtrisée permet la création de composés aromatiques (~congénères) bien précis.

Ici, Jimmy nous a proposé des explications poussées que nous ne saurions retranscrire dans les détails - et puis il faut en garder un peu pour d'éventuelles masterclass sur place - mais l'une des notions importante était de jouer sur les niveaux de *furfurals*. En résumé, quand on chauffe des matières végétales riches en sucres (comme l'agave), certains sucres se dégradent et forment des furfurals. Le seuil maximum légal est de 4 mg/100mL d'alcool. Pour certaines déclinaisons d'ENTREMANOS, ce seuil atteint jusqu'à 2,8 mg, apportant naturellement de subtiles notes de café, de chocolat et parfois une légère touche fumée.

L'équipe s'intéresse également au développement des esters, en distinguant ceux issus de la fermentation naturelle et ceux produits par réactions chimiques, notamment lors du vieillissement en verre — *une pratique inspirée du mezcal*.



©ENTREMANOS

## Gamme expressive et audacieuse

ENTREMANOS propose plusieurs expressions, chacune avec une identité forte :

- Blanco (40%) : récemment passé de 38 à 40%, il constitue la base de la gamme.
- Primavera (44%) : une édition printanière inspirée de la bacanora de Sonora, fermentée en petits tanks ouverts. Son profil est intense, sauvage et apprécié des amateurs avertis. Elle est assemblée avec 30% de blanco pour plus d'équilibre.
- Castaño (42%) : légèrement vieilli en fût de châtaignier pendant 10 à 15 jours, il conserve l'esprit d'un blanco tout en gagnant en complexité.
- High Proof (50%) : une expression brute, avec un minimum d'ajout d'eau, où la précision du distillateur s'exprime pleinement - *coup de cœur du salon Viva Agave pour Jack*.

Toutes ces tequilas reposent sur une fermentation 100% spontanée, influencée par l'environnement — y compris les levures sauvages transportées par la faune présente autour des cuves.



©ENTREMANOS

## Philosophie

Au coeur de la vallée d'Amatitán se déploie donc ENTREMANOS, emprunt d'une philosophie simple : déguster lentement, prendre le temps de savourer chaque instant.

Trois valeurs structurent profondément cette entreprise humaine :

- **Honesty** (honnêteté) : transparence dans la production comme dans la communication.
- **A trago lento** (*slow sipping*) : une invitation à prendre le temps, de vivre. Tout simplement.
- **Social conscience** : la vie est dure au Mexique, et il revient à chacun d'aider son prochain, comme le fait l'équipe à travers l'association Cultivando Lazos.

## Conclusion

En à peine 4 ans d'existence, ENTREMANOS s'est installé durablement au Mexique et aux US. Cette nouvelle génération de tequila, incarnée par une équipe en pleine conscience de son héritage, mais également de son devoir, fait la part belle à la technique de son maestro tequilero, pour notre plus grand plaisir.

Essayer ENTREMANOS, c'est l'adopter. Nous avons hâte de voir la marque arriver en France, et nous vous tiendrons bien sûr informés à travers les différents réseaux - et un futur numéro d'Agave Chronibles. En attendant, nous souhaitons le meilleur et la réussite à nos nouveaux amis. Remerciement particulier à Bruno qui a rejoint récemment le projet pour supporter son déploiement en Europe, la mise en relation avec l'équipe, et sa relecture attentive de l'article - en plus de ses conseils habituels, notre *agave teacher* répond régulièrement à nos interrogations les plus farfelues. *Gracias !*



©ENTREMANOS



# A LA DECOUVERTE DE NIÑO SIN AMOR

Nino Sin Amor, c'est un projet porté par Luis Alonso, passionné de mezcal et profondément attaché au travail des maestros mezcaleros d'Oaxaca. On a eu la chance de le rencontrer lors de son passage en Europe, et notamment à Lille, où il nous a fait découvrir sa vision et ses cuvées.

Un projet encore jeune : le palenque a commencé à être construit en 2022, avec l'envie de créer quelque chose de fidèle aux traditions. La première présentation officielle a lieu en mai 2024 au Roma Bar Show 2024, marquant le lancement de la marque. Une belle énergie, un vrai respect du terroir, et surtout une approche sincère du mezcal.

Un moment riche en échanges et en découvertes, aux côtés du fondateur lui-même, avec un superbe line-up comprenant le fameux Espadín, du Tepeztate, du Mexicano et bien d'autres expressions.

Si vous demandez d'ailleurs d'où vient le nom Niño Sin Amor, que l'on peut traduire par « enfant sans amour », il s'agit en réalité d'un clin d'œil à l'enfance de Luis. Non pas qu'il ait manqué d'amour, bien au contraire, mais c'était un surnom que les habitants de son quartier donnaient à lui et à un ami, parce qu'ils étaient des enfants libres, toujours dehors à jouer et rentrant chez eux tard



Avec Niño Sin Amor, l'idée est simple : mettre en lumière des productions artisanales respectueuses du terroir et du savoir-faire traditionnel. Luis travaille directement avec des producteurs locaux afin de sélectionner des agaves et des lots qui reflètent fidèlement l'identité de chaque région et de chaque maestro mezcalero.



Les mezcals sont produits en petites quantités, sans artifices, laissant s'exprimer toute la richesse des agaves, qu'ils soient sauvages ou cultivés, au cœur d'Oaxaca. L'approche est sincère, authentique et profondément ancrée dans le terrain, avec une volonté de mettre en avant l'humain, la tradition et le temps nécessaire à l'élaboration d'un grand mezcal.





©luisalonso

Ce travail s'inscrit notamment à travers Distilling Ando, une structure produisant du mezcal 100 % mexicain, située à San Luis del Río, dans l'État d'Oaxaca, au sein du district de Tlacolula. Le mezcal y est bien plus qu'un simple spiritueux : il représente un véritable engagement et une source de fierté pour celles et ceux qui le produisent. Le projet repose sur des valeurs communes partagées entre la famille Cruz et la famille Alonso qui, avec passion et sincérité, œuvrent à faire rayonner le mezcal Niño Sin Amor à travers le monde.

**NIÑO SIN AMOR**  
MEZCAL ARTESANAL



©luisalonso

Le mezcal est élaboré selon un savoir-faire traditionnel respectant chaque étape essentielle : la jima (récolte de l'agave), suivie de la cuisson, du broyage, de la fermentation, puis d'une double distillation en alambics en cuivre.



©luisalonso

Pour certaines cuvées, une distillation supplémentaire est réalisée dans des pots en terre cuite, apportant une complexité ou une identité encore plus marquée.

San Luis del Río se situe à environ 970 mètres d'altitude, avec un climat oscillant entre 8 et 32 degrés et une saison des pluies relativement courte, comptant entre 30 et 60 jours de précipitations par an. Le village, qui comptait 526 habitants en 2020, est composé à 98 % de population indigène, dont environ 60 % parlent le zapotèque. Ce contexte culturel et géographique joue un rôle essentiel dans l'identité des mezcal produits sur place, renforçant encore davantage le lien entre le spiritueux, la terre et les hommes qui le façonnent.

## FOCUS, Sierrudo

L'occasion de vous parler de cette cuvée après avoir fait le tour de la production et de l'univers de Nino Sin Amor... alors voici la Sierrudo

Un mezcal issu d'agave Americana, une variété qui prend son temps : 16 à 20 ans de maturation, souvent en altitude, à absorber toute la richesse du sol. Ce long développement donne des profils plus structurés, profonds, avec une vraie complexité aromatique.

Travaillé de manière artisanale à San Luis del Río, Oaxaca par le maestro mezcalero Baltazar Cruz Gómez, ce mezcal suit un process traditionnel : cuisson en four souterrain, broyage à la tahona, fermentation spontanée en cuves de chêne, puis double distillation.



@niñosinamor



@niñosinamor

Une cuvée à 45%, fidèle à l'approche de la maison : authentique, expressive, et marquée par son agave autant que par son terroir.

Quoi de mieux que Luis Alonso, fondateur de Nino Sin Amor, pour en parler :

Le mezcal Sierrudo est une cuvée assez rare, élaborée à partir d'agave Americana une grande famille dans laquelle on retrouve aussi des variétés comme Arroqueño ou Sierra Negra.

Un agave qui prend son temps, avec environ 15 ans de maturation, et surtout une particularité impressionnante : des piñas pouvant atteindre jusqu'à 300 kg.

Dans le verre, ça donne un mezcal intense et complexe, avec une belle trame minérale, des notes vertes et légèrement vanillées, tout en gardant une vraie douceur qui le rend finalement très accessible et facile à apprécier

Expresamos nuestras más sinceras condolencias por  
el sensible fallecimiento de

*Baltazar Cruz*

Nous souhaitons également rendre hommage à Baltazar Cruz, maestro mezcalero, qui nous a quittés le 1er mars 2026. Par son savoir-faire, sa générosité et son engagement, il a marqué celles et ceux qui ont eu la chance de croiser sa route. Son héritage perdure à travers chaque mezcal qu'il a contribué à créer, et dans la mémoire de ceux qui continuent de faire vivre cette tradition.

# CARDENXE, LE CHANT DU DÉSERT

## Et la renaissance du sotol



*Bien inspiré nous étions de commander récemment une bouteille de sotol Cardenxe. Contacté peu de temps après par la marque récemment arrivée en France via La Maison du Whisky, nous avons profité d'une masterclass à distance menée par Luigi, co-fondateur de la marque. Un personne sympathique et haut en couleurs.*

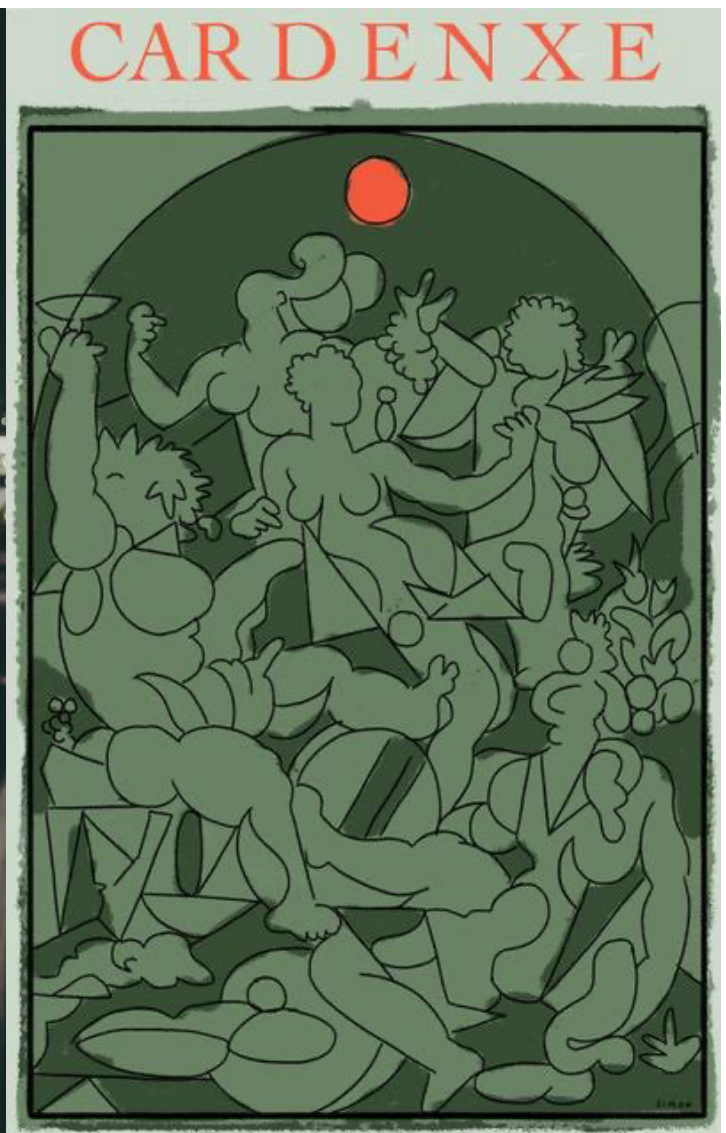
### Un esprit né d'un chant ancien

Au nord du Mexique, dans l'État de Durango, résonne un chant presque oublié : le canto cardenche. Une tradition vocale brute, sans accompagnement, souvent décrite comme cathartique — un cri du cœur porté par les paysages arides du désert.

C'est précisément ce chant qui a guidé Luigi (cofondateur de Cardenxe) jusqu'au Mexique. Italien d'origine, il ne part pas d'abord à la recherche d'un spiritueux, mais d'une culture. En venant apprendre ce chant ancestral, il découvre un autre langage du territoire : celui du sotol.



© Cardenxe



## Du chant au spiritueux : une révélation

Le sotol n'est pas un agave, mais une plante du genre *Dasyliirion*, qui pousse à l'état sauvage dans les dry lands du nord mexicain. Contrairement à la tequila ou même à certains mezcal, ici, presque aucun cultivar : tout est sauvage, profondément enraciné dans un territoire.

Pour Luigi, c'est une révélation. Là où la tequila exprime surtout la standardisation d'un agave (bleu weber), où le mezcal met en avant la cuisson ainsi qu'un immense savoir-faire : le sotol, lui, exprime avant tout la terre.

“Avec notre sotol, tu goûtes directement le désert, la prairie, la montagne.”

Cette lecture du terroir devient le socle de Cardenxe, une marque née de la volonté de raconter un Mexique encore méconnu.

## Le sotol : une histoire longtemps clandestine

Si le sotol reste aujourd'hui confidentiel, c'est aussi pour des raisons historiques.

Dans l'État de Chihuahua, sa production a longtemps été interdite — une prohibition qui s'est étendue bien au-delà des années 1920, jusqu'au début des années 2000 dans certaines zones frontalières. Pendant des générations, les producteurs ont continué à distiller clandestinement dans leurs haciendas, transmettant un savoir-faire presque invisible.

Cardenxe s'inscrit dans cette histoire : non pas en la folklorisant, mais en la révélant.



## Mise en lumière du terroir du nord

Installé aujourd'hui aux États-Unis depuis plus de 12 ans, Luigi développe Cardenxe avec une approche singulière : ne pas posséder de distillerie. À la place, la marque travaille avec trois distilleries locales, chacune implantée au plus près de son terroir, déclinées à travers 3 expressions.

### Desierto - le désert.

Fabriqué à Chihuahua (Ciudad Aldama), désert aride aux amplitudes thermiques extrêmes. C'est également la seule expression qui résulte de l'assemblage de plusieurs variétés de dasyliiron.

### Pradera - la prairie.

Distillé à Durango (Nombre de Dios) dans une ancienne structure historique (monastère du XVe siècle) convertie en distillerie. Les prairies et champs agricoles sont nombreux.

### Sierra - la forêt et l'altitude.

La pure expression des montagnes de Chihuahua (Ciudad Madera), où les pins dominent le paysage, et les odeurs de mousse envahissent l'atmosphère.



© Cardenxe

## Un processus artisanal

La production respecte des méthodes traditionnelles.

Les piñas sont prélevées sur des plantes sauvages, sans arracher les racines, permettant ainsi à la plante de continuer à vivre. La cuisson en fosse souterraine, assez classique, pendant 24 à 48h sur un lit de pierres volcaniques.

La fermentation quand elle se fait naturellement dans des cuves en bois de pins pendant 5 à 8 jours selon les saisons et l'altitude. C'est l'un des facteurs clés de l'aromatique du sotol.

La distillation double, est réalisée en alambics en cuivre, puis la réduction se fait à l'eau de source naturelle.

Le design de la bouteille se veut évidemment artistique, à l'image de la personnalité de Luigi, et son aspect « en cloche » évoque les fours souterrains utilisés pour la cuisson des piñas.

## Le nord du Mexique, nouvelle frontière

À travers Cardenxe, Luigi défend une idée simple mais ambitieuse : le nord du Mexique est l'un des grands terroirs oubliés du monde des spiritueux.

Encore peu exploré, moins institutionnalisé que Jalisco ou Oaxaca, il offre : une biodiversité intacte,, des pratiques agricoles préservées, une réelle authenticité.

*L'arrivée de Cardenxe en France, via le distributeur TAG, marque une nouvelle étape : celle de la reconnaissance internationale*

© Cardenxe



## Une pédagogie du goût

Au-delà du produit, Luigi et sa partenaire mexicaine Nitzan Podoswa — aux sensibilités proches de l'herboristerie — revendiquent une mission claire : éduquer.

Leur sotol, embouteillé entre 40 % et 45 % ABV, cherche à casser une idée reçue tenace : celle d'un alcool brutal.

Au contraire, Cardenxe propose :

- des profils accessibles,
- une lecture aromatique différente,
- une approche presque botanique du spiritueux.

*Cardenxe n'est pas seulement une marque de sotol, c'est une passerelle entre un chant ancestral, un territoire rude et une vision contemporaine du spiritueux.*

***En suivant la trace du canto cardenche, Luigi n'a pas seulement appris une musique, il a trouvé une voix, et la fait résonner de la plus belle des manières.***

# NETA

## Terroir, tradition, et communauté



*C'était une marque qui m'intriguait, et j'ai profité d'une masterclass, organisée à Paris par les Mezcal Brothers pour plonger au cœur du projet NETA. Voici ce que j'en ai retenu.*



© Mauricio Novelo Jarque

## Introduction

Depuis 2012, NETA travaille en étroite collaboration avec plus de vingt petits producteurs familiaux des vallées et collines du sud de Miahuatlán, Oaxaca, dont beaucoup sont membres de la coopérative Grupo Productor Logoche. Située à l'extrémité sud des Vallées Centrales et au pied de la Sierra Madre del Sur, la région est réputée pour le caractère bien trempé de ses habitants, la diversité de ses paysages et la richesse de ses traditions agricoles et culinaires perpétuées de génération en génération. De ce fait, la région a conservé sa réputation de produire certains des meilleurs spiritueux du Mexique.

<https://netaspirits.com/about-us>

# Distillats d'agave traditionnels

Si NETA n'a pas choisit de faire certifier ces mezcal, c'est avant tout une question coût. Le processus de fabrication de chacun de ses micro-batches est ultra artisanal, et réalisé par la communauté, il n'y a pas de doute là-dessus.

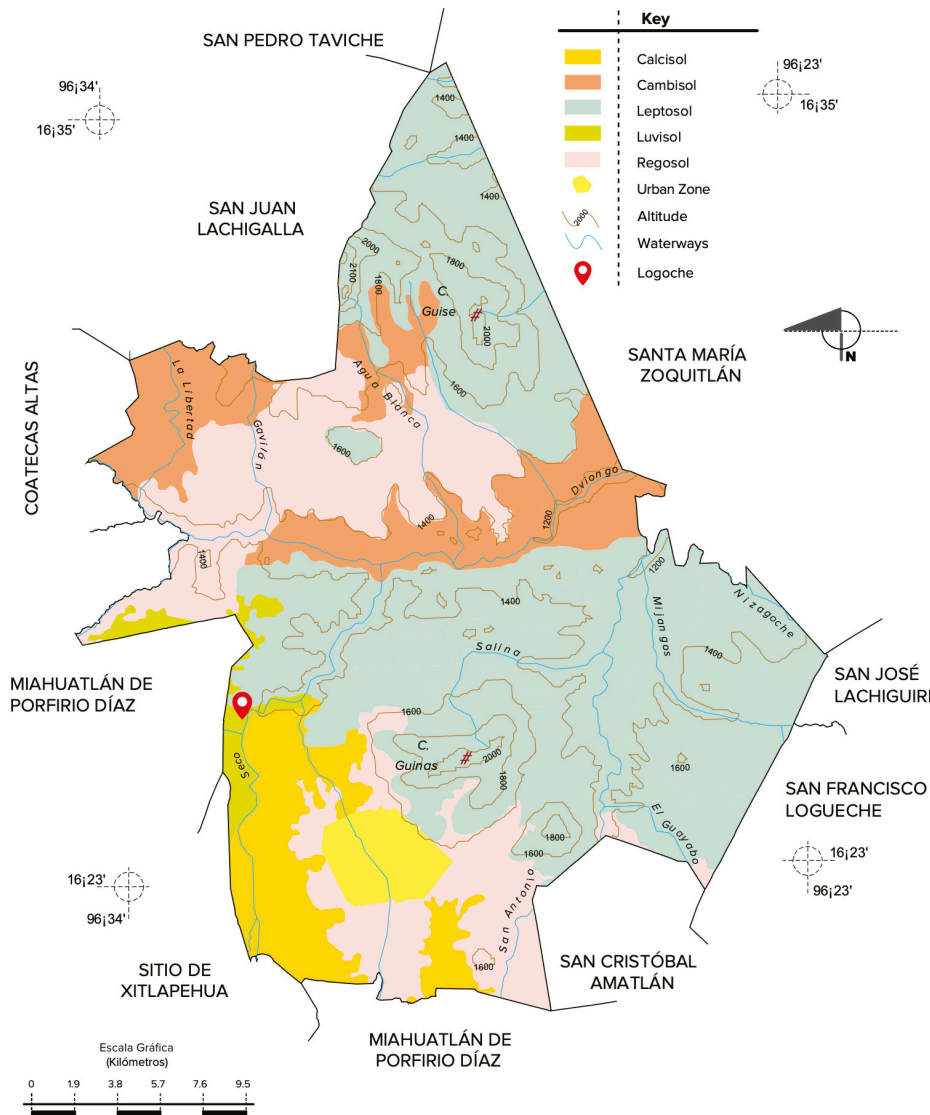
L'élaboration de ces lots commence par la récolte d'agaves mûres, cultivées en guía ou capón (castrés, puis laissés reposer quelques mois), souvent de différentes espèces ou variétés, aux alentours de la pleine lune.

Ces agaves sont ensuite cuites ensemble dans une fosse conique en terre. Les cœurs d'agave rôtis, ou piñas, sont alors soit séparés et destinés à plusieurs petits lots, soit macérés et fermentés ensemble pour former un seul lot.

Les distillats issus de différentes fournées ne sont ni mélangés, ni homogénéisés, ni standardisés à un degré d'alcool particulier. **Chaque production est unique et mise en bouteille au degré naturel par les membres et les familles de la coopérative.**

## San Luis Amatlán & son terroir

Map of San Luis Amatlán



*Une étude des sols permet de comprendre le développement des agaves sauvages initialement implémentés dans la région, et le terroir exceptionnel qui se dégage de chaque batch. La variété d'agave et le type de sol créent un unique.*

Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico 2010, Versión 4.3.  
INEGI. Información Topográfica Digital Escala 1:250 000 serie III.  
INEGI. Continuo Nacional del Conjunto de Datos Geográficos de la Carta Fisiográfica 1:1 000 000, serie I.  
INEGI-CONAGUA. 2007. Mapa de la Red Hidrográfica Digital de México escala 1:250 000. México.



© Mauricio Novelo Jarque

## L'importance des communautés

Nous savons que la communauté de Logoche produit du mezcal depuis 1890, où 4 *palenques* (~distilleries) étaient établis. Les premières générations ont maintenu cette tradition, et reçu l'autorisation d'étendre leurs moyens de production courant 1970.

A l'aide de 5<sup>em</sup> et 6<sup>em</sup> génération de *palenqueros*, l'activité de production de mezcal fait aujourd'hui vivre plus de 110 personnes ! Une aventure humaine inter-générationnelle, riche d'histoires, de liens familiaux étroits, et basé sur une philosophie de partage. En effet, dans ces petites communautés il est commun de ne pas payer pour un service ou un bien, mais d'échanger des "coups de mains". L'entraide est de mise à chaque étape cruciale d'extension du village, d'un mariage, ou de la création d'un nouveau batch de mezcal. Les habitants se réunissent autour des maestros pour apporter leur aide.



© Mauricio Novelo Jarque



## Cultiver l'agave, et le rôle des chauves-souris

Chez NETA, l'agave n'est pas pensé comme une simple matière première, mais comme un organisme vivant inscrit dans un paysage, un climat, des sols et des savoir-faire transmis entre familles de producteurs. La culture de l'agave est essentielle, car elle conditionne non seulement la qualité du spiritueux, mais aussi la survie d'un écosystème agricole et culturel profondément enraciné à Miahuatlán, Oaxaca.

Le travail commence souvent bien avant la récolte, dès la nursery. Ces pépinières permettent de sélectionner, protéger et faire grandir les jeunes plants dans de meilleures conditions, ce qui favorise une agriculture plus résiliente et moins dépendante de la monoculture. Elles sont particulièrement importantes dans une région où certaines variétés sont rares, lentes à mûrir, ou micro-endémiques.

Parmi elles, on trouve Bicuixe, souvent semi-cultivé et utilisé pour délimiter les parcelles tout en limitant l'érosion des sols. Madrecuixe occupe une place particulière, car cette sous-variation locale semble jouer un rôle de "plante mère" dans l'apparition de nouveaux phénotypes régionaux. Le Cuixe Verde, par exemple, est présenté comme le produit d'une pollinisation ouverte, né à partir de graines issues de Madrecuixe.

NETA valorise aussi Tobaziche, Coyote, Tepextate, Tobalá, Jabalín, Pulquero, Espadín ou encore Agave americana, montrant que la richesse du mezcal dépend d'abord de la richesse botanique.

**Cette diversité est précieuse, car chaque espèce ou variété exprime différemment le terroir, la maturité, la disponibilité de l'eau et les interactions avec la faune pollinisatrice.**



© Eirini Pajak

C'est ici qu'interviennent les chauves-souris nectarivores, indispensables à la reproduction sexuée des agaves. Transportant le pollen d'une fleur à l'autre, assurant le brassage génétique des populations d'agaves, les chauves-souris jouent un rôle clé au Mexique. Sans elles, les champs replantés uniquement par rejets ou clones deviennent génétiquement uniformes, donc plus fragiles face aux maladies, au changement climatique et à l'appauvrissement des saveurs.

Préserver des corridors d'agaves matures et fleuris est donc capital : ils offrent aux chauves-souris une continuité de nourriture lors de leurs déplacements nocturnes et migratoires. Les zones de migration dépassent largement les frontières du Mexique.

# Place à la dégustation

Présentés lors de cette masterclass, voici quelques impressions sur les produits proposés. A mon sens, tous extrêmement intéressants. A retrouver en France chez Mezcal Brothers.

## **NETA Espadín Capón – Margarita Sánchez Díaz (2026) - LIEN**

46,8%

Le capón (hampe florale coupée) concentre les sucres dans l'agave.

- Nez : olive, herbes, végétal
- Bouche : grasse, saline, minérale
- Finale : longue, sèche, structurée

## **NETA Madrecuishe Capón – Tomas García Cruz - LIEN**

50,4%

- Nez : poivre, fruits mûrs, épices
- Bouche : ample, fruitée, florale
- Finale : très longue, épicée

Une puissance maîtrisée et une grande complexité.



## **NETA Bicuixe – Familia García Cruz - LIEN**

50%

- Nez : fruits blancs, herbes sèches, floral
- Bouche : nette, tendue, minérale
- Finale : saline, précise

**N'oubliez pas que la dégustation est un exercice personnel et le ressenti (ainsi que les goûts) des uns et des autres peuvent varier.**

## CONCLUSION

NETA ne cherche ni la facilité, ni la séduction immédiate. Le projet revendique une vision agricole, culturelle et profondément humaine du distillat d'agave.

En commercialisant des lots uniques, NETA permet aux producteurs d'augmenter la valeur de leur travail, de continuer à produire selon leurs traditions locales et d'éviter les contraintes imposées par les tendances du marché – notamment celles liées aux distillats standardisés à bas degré, largement utilisés en cocktail.

Chaque bouteille raconte :

- un territoire précis,
- des conditions environnementales uniques,
- des levures, des sols spécifiques,
- et le geste singulier de celles et ceux qui l'ont produite.



© Jake Lindeman

NETA, qui signifie "la vérité", nous a semblé proposer une approche sincère des distillats d'agave traditionnels. Niki Nakazawa sa fondatrice aussi passionnée que cultivée met du cœur à représenter le terroir et les habitants du sud de Miahuatlán. Longue vie à NETA !

*Remerciement particuliers à Niki qui nous a proposé des visuels, photos, et sa relecture.*

# AGAVE

## CHRONICLES - N°4



Ainsi s'achève ce nouveau numéro d'Agave Chronicles. Une édition dense qui, nous l'espérons, vous aura fait voyager et éveillé vos sens.

Explorer la culture de l'agave, découvrir de nouveaux paysages et de nouveaux produits : voilà la quête qui nous anime. Une quête que nous nous efforçons de partager avec vous, à travers un regard sincère, nourri par nos expériences et nos rencontres.

Merci à toutes celles et ceux qui font vivre ce projet, de près comme de loin : pour vos idées, vos invitations à des masterclass intimistes, ou encore vos relectures attentives de ces articles qui nous tiennent tant à cœur.

À chaque édition, notre compréhension s'affine. Nous mesurons davantage l'impact de ces traditions séculaires, qui nous invitent à questionner, à revisiter l'histoire, et à admirer la richesse et la beauté de cette culture. Mais c'est aussi l'immensité et la diversité du Mexique qui nous frappent, sans oublier les autres pays producteurs de spiritueux d'agave que nous aurons le plaisir de vous faire découvrir dès le prochain numéro.

Nous avançons avec une ligne éditoriale claire : indépendance, curiosité et sincérité. Aucun partenariat commercial à ce jour — uniquement des coups de cœur et des découvertes que nous choisissons, librement, de mettre en lumière.

Si vous êtes une marque et que votre démarche entre en résonance avec la nôtre, nous serions ravis de la découvrir.

Encore merci à toutes celles et ceux qui suivent cette aventure et partagent, avec nous, cette passion.

**Jack & Clara**

