

La brasserie Kiara veut rafraîchir les papilles des insulaires



Les brasseurs de Kiara s'apprêtent à lancer leurs nouveaux produits.

P.-M.S

Quand nous avons rencontré Ghjuvan Petru Pieri, il y a bientôt trois ans dans la brasserie Kiara à Tallone, le jeune homme avait déjà de la suite dans les idées. Il s'apprêtait à lancer, à l'époque, la première bière Kiara. Et, déjà, il savait qu'un jour ou l'autre il allait falloir se diversifier. Cela n'a pas pris beaucoup de temps puisque dès cet été, la brasserie lance son nouveau produit, une eau fraîche, un peu alcoolisée et destinée au grand public. « La crise sanitaire nous a forcés à marquer un temps d'arrêt dans notre travail, explique le brasseur. Nous avons donc réfléchi à ce que nous pouvions proposer en plus de la bière. »

La nouvelle boisson est donc née après plusieurs essais et une recette que Ghjuvan Petru Pieri compte bien garder secrète. « C'est une eau pétillante, avec trois degrés d'alcool, ajoute-t-il. Elle est un peu acidulée et très rafraîchissante. »

Et si c'est vers ce type de boissons que les brasseurs se sont tournés, c'est aussi parce qu'ils ont désiré coller parfaitement à l'ensemble de leur clientèle. « La bière, c'est bien et c'est bon. C'est même notre principal produit mais on remarque que certaines personnes, les femmes par exemple, ont plus tendance à se tourner vers des produits de ce type. C'est une boisson de fête qui peut très bien se retrouver autour

d'une table en plein été, aussi bien en milieu de journée que lors de soirées. »

La bière de la marque grandit bien

Une boisson qui colle complètement aux désirs actuels puisqu'elle est sans sucre, sans gluten et vegan. « C'est un produit très sain », estime Ghjuvan Petru Pieri.

Pour l'instant, seulement 20 000 bouteilles seront produites durant le lancement. Mais Kiara ne s'interdit rien et les brasseurs sont prêts à intensifier la production selon les ventes.

Quant à l'autre produit phare de la brasserie, la bière, elle sé-

duit de plus en plus d'amateurs. « Nous sommes contents, précise Ghjuvan Petru Pieri. Nous nous sommes aperçus que les ventes étaient stables malgré la crise sanitaire. Les gens se sont tournés vers les produits locaux avec une consommation intelligente. Nous avons livré beaucoup de petits commerces de proximité, ce qui confirme la tendance. »

Mais la brasserie ne compte pas s'arrêter là.

« Les idées ne manquent pas mais les jours sont très courts, plaisante le brasseur. Nous allons travailler encore plus dur pour proposer de nouveaux produits, toujours en lien étroit avec l'identité de notre terre. »

PAUL-MATHIEU SANTUCCI