

Chroniques européennes du large

N° 7

13 mai 2009 – Le Cognac et les maîtres du temps

Le Cognac a déjà beaucoup apporté à l'Europe. Jean Monnet devait à la tradition d'ouverture des négociants charentais la conscience de vivre « *dans un monde aux dimensions très vastes* » et l'ignorance « *des réactions de défense ou d'orgueil du nationalisme* ».

En allant à la rencontre de viticulteurs, près de Segonzac, c'est une autre leçon que j'ai retenue. Pour produire un grand Cognac, il faut du savoir-faire et du temps. Avant de vieillir patiemment en fûts de chênes, le vin est distillé deux fois. Entre la plantation de la vigne, la récolte et la vente, de longues années s'écoulent. Les maisons de négoce assumaient traditionnellement les coûts liés au temps. En acceptant de constituer des stocks, elles assuraient aux viticulteurs des débouchés réguliers. En cas de mauvaise récolte, elles puisaient dans leurs réserves, assurant aux clients un approvisionnement sans à-coups. A la recherche de rentabilité accrue, certains groupes qui, ces dernières années, ont racheté des maisons de Cognac, ont décidé de réduire les stocks. Plusieurs viticulteurs se sont trouvés pris de court mais lorsque, certaines années, les caprices de la météo ont réduit la production, les négociants eux-mêmes s'en sont mordu les doigts. Depuis lors, viticulteurs et négociants essaient de prévoir ensemble le volume de la production et le stockage.

La morale de cette histoire rejoint les leçons de la crise mondiale que nous traversons : c'est moins le marché qui pose problème que la manière dont, depuis peu, les hommes ont cherché le profit avec une avidité excessive. Après tout, depuis des siècles, des viticulteurs produisent des vins et spiritueux sans faire de philanthropie. Pour sortir de la crise, il importe de retrouver le sens de l'équilibre, en privilégiant des modes de production et de commercialisation durables.

Pour dynamiser le secteur, des initiatives innovantes existent, comme la création d'un Centre international des eaux-de-vie et spiritueux où des jeunes du monde entier viennent se former aux métiers qui tournent autour de la vigne. Où l'on apprend aux salariés charentais ce qu'est une industrie de luxe, où l'on vise l'excellence et la qualité.

En Charente comme ailleurs, le marché doit demeurer le socle de nos économies mais, pour parodier la fameuse mise en garde, il gagnerait à être « consommé avec modération », cette modération dont les Grecs de l'Antiquité faisaient la toute première des vertus. Peut-être parce qu'ils étaient aussi vigneron.

Sylvie Goulard