

Révolution culturelle en pays du cognac

En dépit de la crise de surproduction, le cognac attire encore comme un aimant. Un pur joyau que ce produit ambré, et que nous envie le monde entier. Les dynasties du cognac ne sont pas prêtes de s'éteindre. En Grande Champagne, on veut encore y croire. Exemple de la famille Couprie.

Il y a ceux qui jettent l'éponge en regardant avec inquiétude la situation de l'armagnac.

Et puis il y a ceux qui y croient contre vents et marées, n'hésitant pas à pratiquer la remise en question. C'est le cas de la maison Couprie, depuis 1730 à Ambleville, au cœur de la Grande



Michel Couprie

Champagne, premier cru du cognac. Par un curieux mimétisme, le fils Laurent suit aujourd'hui le chemin de son père, Michel. Ce dernier, ingénieur de formation, était parti travailler «ailleurs» avant de reprendre une partie de l'exploitation et de développer très vite la vente directe de cognac et pineau. C'était il y a vingt ans.

Laurent, 27 ans, un DESS de commerce international en poche, veut aujourd'hui développer le réseau commercial. Le but initial du père est devenu l'objectif de son fils...

L'ensemble de la production des 23 hectares du vignoble en cépage ugni-blanc (à l'intérieur du quota) est distillé dans l'alambic traditionnel de 18 hectos. Le long vieillissement en fûts de chêne donnera ensuite le meilleur du cognac qui sera commercialisé en VS, VSOP,

XO et Vieille Réserve. Le petit dernier est Elixir, un cognac jeune idéal pour les long drinks. Avec discrétion et la qualité pour sésame, la maison Couprie commercialise aujourd'hui 20 000 bouteilles de pineau (blanc, rosé et très vieux) et 5 000 bouteilles de cognac. Le marché français (longtemps délaissé par les négociants) et l'Europe constituent les principaux débouchés.

Le club des Cinq

Terrain privilégié du bouilleur de cru, qui distille la production de son vignoble, la Grande Champagne vit une profonde mutation. Les viticulteurs qui pratiquent eux-mêmes la commercialisation sont de plus en plus nombreux. Et ils vont même jusqu'à se regrouper (du jamais vu !) pour offrir des volumes plus importants à leurs distributeurs.

C'est ainsi que vient de naître la SARL Chapelle Sonnevile, qui regroupe cinq producteurs vendeurs directs de Grande Champagne¹. «Notre production de cognac, pineau, liqueurs au cognac et jus de raisin est surtout vendue en France, grâce au travail entrepris par mon père il y a vingt ans, explique Laurent Couprie, mais pour attaquer de manière plus soutenue les marchés d'exportation, il faut se grouper pour s'adapter à la demande des distributeurs étrangers. On y gagne en volumes, en économies d'échelles, en crédibilité... et en motivation. Nous avons l'habitude de nous retrouver sur les salons, mais chacun de son côté... Cette année nous avons un stand commun au dernier Vinexpo.» La SARL Chapelle Sonnevile commercialise des produits conçus à partir des différents cognacs issus des cinq exploitations. Un commercial vient d'être embauché et un premier bilan sera tiré au bout d'un an. Mais la plus belle des victoires est déjà acquise : les viticulteurs «champagnots» ont appris à travailler ensemble après s'être (trop) longtemps épiés derrière les grands murs qui entourent les exploitations viticoles du premier cru du cognac.

Gérard Seguin

1. Les cognac Couprie (Ambleville), Drouet (Salles-d'Angles), Thorin (Mainxe), Denis (Saint-Preuil) et Bancheureau (Eraville)

Hervé Amiard



Joël Robuchon

Sacré «cuisinier du siècle» par Gault-Millau en 1990, «meilleur restaurateur du monde» par l'International Herald Tribune en 1994, Joël Robuchon est poitevin. Né à Poitiers, en 1945, après de courtes études au Petit séminaire de Mauléon, dans les Deux-Sèvres, il fait son apprentissage au Relais de Poitiers avant de faire son tour de France de compagnon des Devoirs Unis dont il fera sienne la devise : «L'homme doit se réaliser par la qualité de son travail».

Telle est la clé de la carrière de Robuchon qui conclura son parcours initiatique par le titre de Meilleur ouvrier de France, en 1976. Il est alors chef du Concorde-Lafayette, à Paris, mais il a conscience de «réciter un code» jusqu'au moment où «il situe sa rencontre avec la grâce, vers 1978, au petit matin, alors qu'une grand-mère lui apporte "un panier de morilles fumantes" sans doute imprégnées de rosée après la cueillette. "J'ai eu un moment de béatitude, dit-il, et l'idée du plat que j'allais créer, son image et aussi sa saveur se sont imposées à moi." C'est le moment intime de la création, "l'instant où Cézanne voit en peinture" évoqué par Merleau-Ponty.» (Jean-Claude Ribault, *Le Monde*, 18/12/1993).

C'est, en effet, le produit qui fascine et inspire Joël Robuchon. «Tout est permis lorsqu'on ne masque pas le produit», dit-il. Sa plus belle réussite est, de son propre avis, sa gelée de caviar à la crème de chou-fleur parce qu'«on y reconnaît trois goûts différents et complémentaires». Mais pour «délivrer» les goûts des produits, ailleurs souvent mélangés et «brouillés», il faut du travail et du génie, et la célèbre purée de pommes de terre de Robuchon, dans son apparente simplicité, est évidemment le comble de la sophistication.

Joël Robuchon est depuis 1996, date de son départ du restaurant de l'avenue Raymond-Poincaré, à Paris, qui portait son nom, dans une semi-retraite très occupée : émissions de télévision, conseils à travers le monde, allers et retours à Tokyo où il supervise la cuisine du Château-restaurant Taillevent-Robuchon, etc. Il a aujourd'hui le projet d'ouvrir un restaurant à New York et un autre à Paris. Les amateurs, qui devaient patienter trois mois avant de pouvoir s'asseoir à une table chez Robuchon, en salivent à l'avance... C. F.