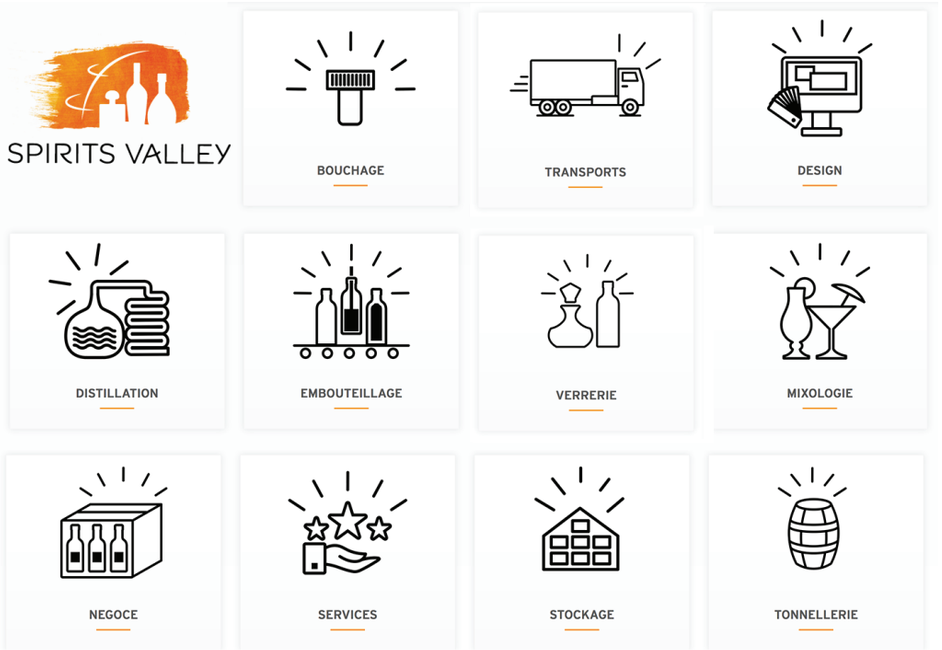
SPIRITS VALLEY, UN TERRITOIRE D'EXPERTISES AU SERVICE DES SPIRITUEUX

Que peuvent bien avoir en commun le cognac Martell et la vodka Grey Goose ? Ces spiritueux premium sont tous deux nés dans la Spirits Valley à 300 ans d'écart. Récemment identifié comme « cluster », le berceau du cognac est devenu, siècle après siècle, un territoire d'expertises au service de tous les spiritueux.

par Christine Croizet

Du cognac, au pays du cognac, oui mais encore ? Brandy, gin, vodka, whisky, liqueurs, la moitié de la production mondiale des spiritueux super premium (plus de 30 € la bouteille) est réalisée en France, dans la vallée de la Charente. Ce confetti à l'échelle internationale (moins de 1% du territoire français) abrite un savoir-faire unique au monde. De l'élaboration à l'expédition, on peut tout faire dans la Spirits Valley*. Le cognac et ses leaders, Hennessy, Martell et Rémy Martin, s'y sont installés dès le XVIIIe siècle. Ils y ont creusé un sillon d'expertises dans lequel les distillateurs, les maîtres assembleurs, les tonneliers, les fabricants d'alambics, de même que les verriers, les embouteilleurs, les designers et les producteurs d'emballages, ont planté leurs graines. Ce réseau de compétences offre aux investisseurs et aux producteurs en quête de diversification un pôle de compétitivité boosté par la complémentarité et la proximité. « *La Spirits Valley s'appuie sur une réalité économique. Les vins et spiritueux sont le second poste excédentaire de la balance commerciale française derrière l'aéronautique*, rappelle Julien

 © V&S news - 2018 - Reproduction par tous procédés interdite



Courtey-Fevrier, directeur du cluster Spirits Valley nouvellement officialisé. *Les spiritueux pèsent pour 4 Md€ dans les exportations nationales, avec une croissance annuelle de 7 à 8% entre 2010 et 2016, et 80% du chiffre d'affaires de la production française de spiritueux sont générés ici. Le cluster Spirits Valley œuvre à développer les infrastructures, à optimiser la chaîne de valeur et les flux logistiques pour nos adhérents et leurs clients. Ce bassin économique attire de nouveaux talents et accueille les porteurs de projets et d'innovations.* »

LES SUCCESS STORIES

C'est dans les chais de la maison H. Mounier que la vodka Grey Goose a vu le jour en 1997. Cette *success story* aux 40 millions de caisses vendues, élaborée pour le compte du distributeur américain Sydney Frank, a été rachetée par Bacardi-Martini en 2004. Grey Goose a conservé son unité de production et de conditionnement à Cognac. Parallèlement, Maison Villevert a signé Ciroc en 2002 pour le compte du géant Diageo, la première vodka à base de raisin (23 millions de caisses). Sur sa lancée, la société créée par Jean-Sébastien Robicquet élabore pour son propre compte le gin G'Vine, les liqueurs June ou encore la tequila Excellia. D'autres ont suivi : le gin Citadelle de la Maison Ferrand (2009), Pink Peper Gin, une création d'Audémus Spirits, une microdistillatrice novatrice fondée il y a 5 ans par le Franco-Australien Miko Abouaf et son associé anglais Ian Spink. Du côté d'Angoulême, un peu à l'écart du centre névralgique du cognac, l'entreprise Daucourt s'est fait le spécialiste de la diversification. En 2004, elle invente X Rated, une liqueur moderne devenue la boisson officielle de la série *Sex and The City*, revendue à Campari en 2009. Depuis, les frères Daucourt s'intéressent à la vodka et, plus récemment, au whisky français avec la marque Bastille 1789. Ils viennent pour un temps de renoncer à leur légendaire discrétion. Impossible d'éviter le buzz médiatique quand on s'associe à Booba, le rappeur français expatrié aux Etats-Unis, pour le lancement de D.U.C whisky. Outre-Atlantique encore, le whisky Brenne a lui aussi longtemps distillé le secret, mais c'est bien un acteur de la Spirits Valley qui se cache derrière ce spiritueux né de l'imagination d'Allisson

 © V&S news - 2018 - Reproduction par tous procédés interdite

LE CAS HPNOTIQ

Dans la distillerie familiale Merlet, il y a eu un avant et un après Hpnotiq. Le tournant s'est opéré quand Raphaël Yacoby, ex-professionnel de tennis américain, est venu en Charente pour y créer une des premières liqueurs modernes. Après avoir fait le tour des négociants de la place, l'investisseur américain a rencontré Gilles Merlet en 2001. Ce visionnaire avait joué la carte de la diversification avec ses crèmes de cassis dès le début des années quatre-vingt. « *Quand Raphaël est arrivé, il avait en tête un positionnement, une cible consommateurs et une vague idée de distribution*, se souvient Luc Merlet, fils et associé de Gilles. *Tout le reste était à inventer. Mon père lui a conçu une liqueur bleue. Ainsi est née Hpnotic et le succès qu'on lui connaît. Un an plus tard, 500 000 caisses quittaient la Charente pour les États-Unis.* »

Park. Depuis 2012, la jeune Américaine marie avec succès sa passion pour le whisky et le savoir-faire à la française dans la distillerie de Stéphane Brunet, aux portes de cognac.

L'ATOUT CONFIANCE

« *La Spirits Valley, c'est un territoire de confiance pour les entrepreneurs* », s'enthousiasme Cédric Raynaud, directeur de l'agence de design Linea. Le jeune dirigeant voit le comme un gage de crédibilité et un gain de notoriété immédiat. « *On fait du "clés en main", de l'idée à la mise en marché. Dans la Spirits Valley, chaque problème trouve une solution à proximité* », reprend le spécialiste. Pour d'autres professionnels, Spirits Valley rime avec compétitivité « *La Spirits Valley, c'est un One Stop Shop* », se réjouit l'Australien Miko Abouaf, venu faire ses armes en distillation dans le cognac et jamais reparti. Dans sa microdistillerie, il invente des jus destinés à toutes les catégories de spiritueux haut de gamme. « *La Spirits Valley, c'est un hub de savoir-faire qui n'existe nulle part ailleurs. Dans un périmètre de 10 kilomètres, je trouve mes fournisseurs d'alcool, les embouteilleurs, l'eau pour la réduction et des techniques de pointe développées pour le cognac.* » « *Tout est à portée de main* », explique à son tour Jean-Pierre Bernadet, Pdg de l'entreprise éponyme spécialisée dans la décoration de bouteilles. « *On économise en transport, en délai de production et de mise en marché. C'est un atout pour les investisseurs étrangers et pour les opérateurs locaux. Ils se saisissent d'une opportunité de diversification accessible.* » Diversification, le mot est sur toutes les lèvres. La preuve : dans les allées de Vinexpo, à Bordeaux, où les artisans du cognac affichaient fièrement leurs nouveautés. H. Mounier remettait le couvert avec Source Vodka et Source Gin. La maison Bache-Gabrielsen, quant à elle, s'ouvre de nouveaux horizons : « *Notre expertise acquise dans le cognac nous confère une légitimité dans l'univers des spiritueux* », juge Hervé Bache-Gabrielsen qui produit et commercialise désormais d'autres spiritueux que le cognac, notamment le tout nouveau whisky American Oak.

« *La Spirits Valley, c'est un vivier de mille entreprises, 12 000 emplois directs et 6 à 8 Md€ de CA cumulés. Nous avons de l'ambition pour ce territoire et un objectif de croissance de 20% dans les dix prochaines années. Notre rôle est de stimuler l'innovation et d'assurer la reconnaissance des savoir-faire et des 50 formations dispensées en créant le campus Spirits University* », conclut Julien Cortey-Fevrier. Reste à le faire savoir. Au fait, c'est où Cognac ? ■

**La Spirits Valley est une association lancée sous l'égide de la chambre de commerce et d'industrie de Cognac (CCI). Elle est destinée à fédérer tous les acteurs de la filière spiritueux.*

 © V&S news - 2018 - Reproduction par tous procédés interdite

V&S news : restez au plus proche de votre secteur !

Offre spéciale -150€ réservé aux nouveaux abonnés

CHAQUE SEMAINE LA LETTRE PAPIER
12 pages d'actualités professionnelles

+

1 ACCÈS AU SITE INTERNET (inclus)
archives, vidéos, photos, études à télécharger...

+

DES HORS-SÉRIES (inclus)

→ **ÉCHANGES INTERNATIONAUX**
Marchés, réglementations, logistique

→ **CARNET DE TENDANCES**
Packaging, Consommation, Communication

BULLETIN D'ABONNEMENT *à retourner à* : Terre de vignes SARL - Passage du Cheval blanc - 2, rue de la Roquette - 75011 Paris

☐ **Oui, je m'abonne à V&S news**
→ **la lettre *V&S news* (1 an - 44 n°) + 1 accès au site www.vsnews.fr**
+ les hors-séries *Carnet de tendances V&S* et *Échanges internationaux*
775 € HT - 150 € = 625 € + TVA à 2,1% = 638,12 € TTC

☐ **J'abonne mes collaborateurs**
→ **un accès supplémentaire au site : 75,00 € HT - 20% = 59,90 € HT**
(+ TVA à 2,1% soit 61,16 € TTC) **par adresse e-mail de la même entreprise***

☐ **Oui, je m'abonne à *Cavistes & e-commerce*,**
premier magazine BtoB dédié aux revendeurs spécialisés de V&S (1 an - 4 n°)
→ **Abonnement seul : 114,60 € HT + TVA à 2,1% = 117,00 € TTC (soit 25% de remise / prix unitaire)**
→ **abonnement couplé : 94 € HT + 625 € HT pour la lettre *V&S news* = 719 € HT (734,10 € TTC)**

Je choisis de régler par :

☐ **Chèque** à l'ordre de **Terre de Vignes SARL** à retourner avec mon bulletin d'abonnement dûment complété

☐ **Carte bleue** sur le site www.vsnews.fr avec le code promo 2018

Nom _____ Prénom _____

Société _____

Adresse _____

Code Postal _____ Ville _____ Tél. _____

E-mail _____ Date et Signature obligatoires :

Conformément à la loi Informatique et Libertés du 01/06/1978, vous disposez d'un droit d'accès et de rectifications aux informations vous concernant.