

Table des matières

Introduction	9
Chapitre 1	
Un produit d'exception, ancré à un territoire	17
Une tradition viticole millénaire	19
La distillation	20
L'influence de la tonnellerie	24
Le vieillissement	27
L'art des Maîtres de chai	28
Cartographie des crus, qualité et différenciation	30
L'AOC, l'institutionnalisation de la qualité	32
Mention de qualité et vieillissement	33
Évolution des modes de consommation : appropriation du Cognac à travers le monde	34
Chapitre 2	
La puissance commerciale des maisons de négoce	37
La forte concentration du négoce aujourd'hui	39
Des racines profondes et des ramifications denses	42
L'intégration verticale pour garantir la qualité	43
L'adossement à des grands groupes	46
La force des marques	49
Chapitre 3	
Un écosystème structuré par la recherche de la qualité	53
Anatomie de l'écosystème	55
Les viticulteurs	58
Le BNIC, défense de l'appellation	63
La régulation de la production	66

Concentration d'activité et compétitivité	69
La création du <i>cluster</i> Spirits Valley en 2015	71
L'existence d'une communauté du Cognac	72
Équilibres et tensions au sein de l'écosystème	73

Chapitre 4

Une grande capacité à exporter **75**

La croissance des ventes	77
Ventes par niveau de qualité	79
Les marchés du Cognac	81
Le Cognac, <i>trendy</i> chez les Afro-Américains	82
Le Cognac, symbole « du luxe à la française » en Chine	83
L'Europe du Nord, berceau des expéditions	85
Quels nouveaux marchés pour le Cognac ?	85

Chapitre 5

Cognac, le luxe qui ne dit mot **87**

Les deux faces du luxe	89
La culture de la qualité	91
Les ambiguïtés de la perception du luxe par les acteurs contemporains du Cognac	92
Cognac et distinction sociale	94
Un produit de luxe pour les économistes et les stratèges du secteur	94
L'association avec l'art et l'histoire	96
La responsabilité environnementale	98

Conclusion **103**

Références bibliographiques **109**

Remerciements **113**

L'auteur **115**