

The Cognac industry: history, successes and challenges

Nans Brochart¹

¹ FranceAgrimer

Abstract. The Cognac sector has shown remarkable resilience in the face of economic and commercial crises since the Second World War. Despite major challenges such as overproduction and commercial turbulence in the 1970s and 1990s, Cognac has maintained its position in international markets thanks to a solid reputation and an effective adaptation strategy. In 2023, the sector will face new challenges, including heavy dependence on the US and Chinese markets and growing trade tensions. A sharp drop in exports to the USA, due mainly to inflation and significant overstocking, combined with an ongoing anti-dumping investigation in China, threatens its main markets.

To ensure its long-term performance, the industry will need to focus on sustainable development initiatives, product innovation and market diversification. Efforts to reduce its carbon footprint, notably through more energy-efficient distillation processes, are part of a wider strategy to meet growing consumer demand for environmentally-friendly products. In addition, the rise of low-alcohol and alcohol-free alternatives represents an area of potential growth, as changing consumer habits in key markets drive the sector to adapt. Expanding into new regions and reducing dependence on a few dominant markets will be essential to overcome future uncertainties and sustain growth.

1. Le Cognac, une filière résiliente soumise à des crises régulières

Après la Seconde Guerre mondiale, la filière Cognac a connu une forte expansion mais également des périodes de ralentissement, marquées notamment par des crises de surproduction et des difficultés commerciales. Malgré ces turbulences régulières, le secteur a toujours su rebondir et maintenir sa performance sur les marchés internationaux.

Dès les années 1950, environ 76 % des ventes de Cognac étaient déjà réalisées à l'export. Entre 1950 et 1970, les exportations ont triplé en volume, principalement à destination des pays anglo-saxons, notamment les États-Unis et le Royaume-Uni, mais aussi vers les pays membres de la Communauté Économique Européenne (CEE) où les accords commerciaux ont facilité les échanges. Le modèle de négoce, pilier de la filière charentaise, s'appuyait alors sur quatre grandes maisons – Martell, Courvoisier, Rémy-Martin et Hennessy – qui représentaient à elles seules environ 70 % des exportations en volume. Ces grandes maisons, financièrement solides, disposaient d'importants réseaux de distribution à l'étranger, consolidant ainsi la place du Cognac sur les marchés mondiaux.

Les crises pétrolières de 1973 et 1979 ont toutefois perturbé ce succès à l'export, tandis que le vignoble charentais était confronté à une crise de surproduction. Dans les années 1960, le vignoble du Cognac s'était étendu pour répondre à une demande soutenue, et les pratiques agronomiques avaient amélioré les rendements à l'hectare. Cependant, avec le ralentissement de la demande, la production et les stocks ont augmenté, tandis que les conditions commerciales se sont détériorées, notamment en raison de l'augmentation des droits de douane sur des marchés clés. La crise de surproduction a mis plusieurs années à se résorber, grâce au desserrement des tensions commerciales, à l'amélioration des conditions économiques mondiales et aux efforts d'arrachage des vignes.

Le Cognac connaît un regain d'intérêt jusqu'aux années 1990, mais une nouvelle crise survient alors. L'internationalisation du Cognac se poursuit (94 % du chiffre d'affaires est réalisé à l'exportation en 1990), mais la campagne 1993-1994 voit les exportations chuter considérablement sur des marchés clés. Aux États-Unis, les politiques commerciales défavorables entravent la stabilité du commerce des spiritueux, avec une chute de 29 % des volumes exportés entre 1989 et 1994, malgré le succès croissant du Cognac auprès de la communauté afro-

américaine. De plus, les marchés asiatiques, en pleine expansion auparavant, ralentissent leur croissance, notamment le Japon, devenu en 1990 le premier débouché en volume pour le Cognac. Ce succès, soutenu par la maison Hennessy, est freiné par la Décennie perdue, grave crise économique qui touche le Japon durant les années 1990. Les volumes expédiés chutent de 37 % entre 1989 et 1994, perturbant à nouveau la filière. Le vignoble charentais profite toutefois en parallèle du dynamisme Hong Kong, dont les importations augmentent parallèlement au succès croissant du Cognac en Chine (+ 24 % entre 1989 et 1994).

Le Cognac, malgré les crises successives, a démontré une forte résilience. Cette robustesse est attribuable à plusieurs facteurs clés, dont une structure financière solide et un négoce puissant, soutenu par des marques de renommée mondiale. La construction minutieuse de l'image du Cognac au fil des décennies a consolidé sa position en tant qu'alcool haut de gamme, caractérisé par sa distinction et son raffinement. Sa capacité à cibler des segments de marché dynamiques, tels que la communauté afro-américaine et les classes aisées asiatiques, a assuré une croissance continue. Par ailleurs, depuis les années 2000, la filière a su s'adapter aux nouvelles tendances de consommation, notamment avec l'essor des Long drinks sur le marché américain. Cette aptitude à évoluer et à diversifier sa clientèle a permis au Cognac de traverser des périodes de crise tout en maintenant ses performances à l'exportation. L'entretien d'une image de haute qualité et l'adaptabilité de la filière ont ainsi joué un rôle déterminant dans la pérennité et la réussite du Cognac sur les marchés internationaux.

2. Concentration, inflation et risques commerciaux : la réapparition de fortes tensions sur des marchés clés en 2023

Le Cognac se positionne comme un spiritueux résolument orienté vers l'exportation, avec 97 % de ses volumes consommés à l'étranger. Depuis le début des années 2000, deux marchés principaux, les États-Unis et la Chine, expliquent la majorité de la croissance des exportations de Cognac. En 2023, ces deux marchés représentaient 54 % des volumes exportés – en légère diminution par rapport aux 67 % de 2022 – et 55 % en valeur, contre 66 % l'année précédente, avec des exportations dépassant 1,8 milliard d'euros. Singapour, le troisième marché en termes de volume, joue également un rôle crucial en tant que plateforme de réexportation, notamment vers la Chine, accentuant la concentration des exportations sur les marchés américain et chinois.

Le succès de ces marchés est en grande partie attribuable à une stratégie axée sur des marques de prestige aux valorisations élevées. Le Big Four du Cognac (Rémy Martin, Martell, Hennessy et Courvoisier) représentait près de 85 % des volumes exportés en 2019 (IWSR). Aux États-Unis et en Chine, le Cognac s'est orienté principalement vers le segment haut de gamme, en misant sur une image de luxe et de distinction. Cette orientation est corroborée par des augmentations significatives des

prix moyens vers ces marchés : le prix moyen pour la Chine a augmenté de 60 % entre 2010 et 2023, tandis que celui pour les États-Unis a progressé de 70 %. La hausse du prix moyen pour la Chine est d'autant plus notable qu'il était déjà, en 2010, 39 % plus élevé que celui destiné au marché américain.

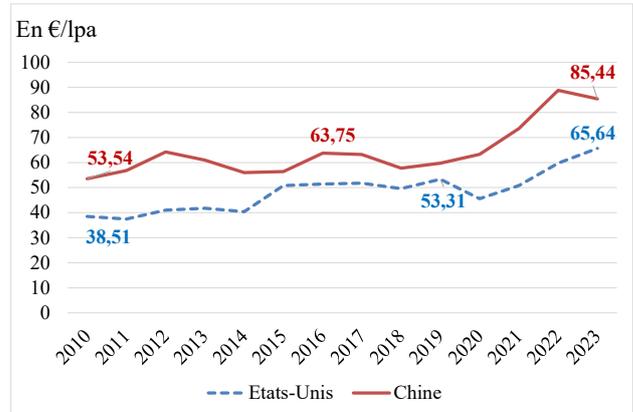


Figure 1. Prix moyen (en €/lpa) des exportations françaises de Cognac sur les marchés chinois et américain. Source TradeDataMonitor, élaboration FranceAgrimer.

Ces résultats, au-delà des efforts consacrés à la valorisation de l'image du Cognac, se traduisent également par un saut qualitatif dans les types de Cognac exportés. Les volumes des qualités VSOP et XO ont ainsi progressivement gagné en importance sur les marchés internationaux.

Cependant, malgré les performances significatives réalisées au cours des vingt dernières années grâce à la concentration des exportations sur ces deux marchés clés, 2023 a révélé les risques inhérents à cette stratégie.

2.1. Tensions commerciales et fébrilité économique en Chine

Le 5 janvier 2024, la Chine a annoncé l'ouverture d'une enquête antidumping visant les eaux-de-vie de vin européennes. Cette démarche s'inscrit dans un contexte de tensions commerciales croissantes sur divers fronts : restrictions à l'export de machines de pointe pour semi-conducteurs de la société néerlandaise ASML, enquête anti-subsidiation lancée en octobre 2023 par la Commission européenne pour atteinte potentielle à la concurrence dans le secteur des véhicules électriques, et exclusion des véhicules électriques chinois du bonus écologique en France. Cette enquête fait écho à celle engagée en août 2022 contre les vins australiens, qui avait conduit quelques mois plus tard à l'imposition de surtaxes minimales de 116,2 % à l'importation, entraînant *de facto* la fermeture du marché chinois pour les vins australiens.

Bien que les droits antidumping n'aient finalement pas été instaurés durant l'été 2024, ils pourraient néanmoins être appliqués à l'issue de l'enquête prévue pour la fin de l'année 2024. Ces taxes additionnelles, dont le taux moyen pourrait atteindre 34 % pour le Cognac, risqueraient non seulement de freiner les exportations, mais aussi de compromettre l'accès des producteurs charentais au marché chinois. En plus de cela, la crise immobilière

chinoise semble entamer encore en 2024 le potentiel de croissance de la Chine, ajoutant au contexte politique et commercial des difficultés économiques. Le marché chinois est malgré tout devenu en une décennie l'un des marchés les plus dynamiques pour le Cognac, représentant un enjeu crucial pour la filière.

Comme mentionné précédemment, la Chine a effectivement acquis une place prépondérante dans les exportations de Cognac, devenant une véritable alternative qualitative au marché américain, qui était jusqu'alors la principale source de croissance sur les marchés étrangers. En tant que deuxième marché en volume et en valeur après les États-Unis, la Chine a généré un chiffre d'affaires de plus de 767 millions d'euros en 2023, représentant 97 % des recettes issues des eaux-de-vie de vin exportées vers l'Empire du Milieu. La valorisation sur ce marché est particulièrement élevée, avec un prix moyen 30 % supérieur à celui des exportations vers le marché américain en 2023. Ce prix a considérablement augmenté depuis 2010 (+ 60 %), soutenu par une demande croissante des classes moyennes et supérieures, où le Cognac est perçu comme un symbole de statut social élevé.

Les remarquables performances du Cognac en Chine, tant en volume qu'en valeur, ont conduit à une dépendance croissante de la filière envers ce marché. Suite à l'annonce de l'enquête antidumping, les importateurs chinois ont procédé à des augmentations substantielles de leurs importations afin de constituer des stocks importants en prévision d'une éventuelle fermeture du marché. Toutefois, malgré ces mesures préventives, l'imposition de droits antidumping sévères pourrait produire des effets comparables à ceux observés avec les vins australiens, dont les volumes exportés avaient chuté de 99 % après l'introduction de surtaxes. La fermeture d'un marché aussi crucial aurait des répercussions significatives. Pour la filière Cognac, elle pourrait entraîner des impacts financiers majeurs pour de nombreuses exploitations, avec une augmentation des stocks et des tensions sur les prix. À l'échelle de la filière française, voire européenne, une telle fermeture risquerait de provoquer un excédent de volumes de vins qui pourraient inonder les marchés faute de débouchés sous forme distillée.

La filière charentaise demeure donc dans l'incertitude. D'autant plus que l'enquête, dont l'issue est prévue pour janvier 2025, pourrait être prolongée de six mois. De surcroît, le ministère chinois du Commerce (MOFCOM) a mentionné dans sa décision préliminaire d'août 2024 l'existence de pratiques de dumping sur le marché des eaux-de-vie de vin.

2.2. États-Unis : un essoufflement multifactoriel du plus grand marché à l'export

Si la reprise post-Covid a été particulièrement dynamique pour les spiritueux sur le marché américain, l'inflation et l'accumulation excessive de stocks ont provoqué une chute massive des exportations de Cognac.

Dès le début des années 2000, le marché américain a connu une forte croissance. Les exportations de Cognac

ont progressé de 34 % entre 2000 et 2006 en volume et 23 % en valeur, avant de marquer un coup d'arrêt lors de la période de la crise des subprimes. Après la crise de 2008, le Cognac reprend une croissance forte, avec des exportations multipliées par près de 3 en volume et près de 5 en valeur entre 2009 et 2022. Ce succès important, faisant des États-Unis le principal marché à l'export pour le Cognac avec un chiffre d'affaire s'élevant en 2022 à 1,9 milliards d'euros, s'explique notamment par le succès du spiritueux charentais auprès de la communauté afro-américaine, mais aussi par le succès des *Long drinks*.

Le retournement du marché américain en 2023 a été brutal, avec un repli de plus de 47 % par rapport à 2022 en volume et de 42 % en valeur, accusant une perte de chiffre d'affaire de près de 800 millions d'euros en l'espace d'un an. Malgré les fortes perturbations sur ce marché, le prix moyen a continué de progresser en 2023 (+ 10 %). Ces fortes baisses sont liées au ralentissement de la consommation notamment à cause de l'inflation. Cette situation a également été amplifiée par la constitution de stocks de précaution important constitués durant la période post-Covid par les *wholesalers*, qui ont été confrontés par la suite à des difficultés d'écoulement dans le *retail*. Bien que les ventes de spiritueux dans le domaine *on & off premises* aient connu une croissance importante contrairement aux vins, les volumes commercialisés dans ces circuits ont commencé à baisser à partir d'avril 2023.

Le décrochage brutal du marché américain est d'autant plus important pour la filière Cognac qu'il représentait plus de la moitié des volumes expédiés dans le monde en 2022 (jusqu'à près de 55 % en 2020) et plus de 47 % en valeur. Les États-Unis restent malgré tout les premiers clients de la filière charentaise avec 35 % des parts de marchés volume et 32 % en valeur en 2023.

Si les tensions inflationnistes semblent redescendre aux États-Unis, l'état des stocks et le pouvoir d'achat du consommateur ne devraient pas permettre un retour aisé aux niveaux connus en 2022. En effet, les principaux exportateurs de spiritueux et les acteurs américains du marché des alcools prévoient initialement un assainissement des stocks au second semestre 2024. Il semble désormais probable que les surstocks ne soient purgés qu'en 2025, voire début 2026 dans les hypothèses les plus pessimistes. Ces reports dans l'assainissement des stocks risquent de freiner la reprise des exportations vers le marché américain pendant encore une période importante. La situation américaine au niveau des spiritueux semble d'autant plus complexe pour le Cognac qu'elle est fortement concurrentielle, notamment depuis le succès récent de la Tequila sur des segments qui viennent en confrontation directe avec le Cognac, mais aussi car la consommation d'alcool semble globalement régresser.

Les États-Unis ont ainsi pris une place prépondérante dans les exportations de Cognac. L'inflation a fortement perturbé la consommation de spiritueux, et le Cognac a été l'un des principaux alcools touchés du fait de son positionnement prix. Si les prévisions annoncent une reprise progressive, la santé fragile d'un débouché d'une telle importance en volume et en valeur peut impacter durablement la filière, que ce soit par la nécessité de

trouver une nouvelle clientèle pour les volumes qui ne sont plus écoulés sur le marché américain, ou bien au niveau des finances des producteurs qui ont pu dépendre essentiellement de ce marché.

3. Une réinvention nécessaire dans un milieu concurrentiel et soumis à des pressions

Confrontée à une diminution de la consommation d'alcool, à l'émergence de nouvelles tensions et à l'intensification des enjeux de durabilité, la filière du Cognac se voit contrainte de se réinventer pour continuer de performer sur des marchés de plus en plus exigeants.

En matière de durabilité, la filière s'est engagée afin de réduire l'empreinte carbone à plusieurs niveaux, notamment concernant le procédé de distillation, très énergivore. Un projet dit de « distillation durable » a été lancé par le BNIC en collaboration avec la maison Martell, avec pour objectif de réduire de 70 % les émissions de CO₂. Les solutions de réduction d'émission se concentrent essentiellement sur le processus de distillation, où le gaz est substitué par l'électricité et avec le développement d'un système de récupération d'énergie captant la chaleur de l'eau utilisée lors de la distillation.

La certification des surfaces du vignoble fait également partie de l'arsenal mis en place dans l'appellation pour être en phase avec les ambitions de la filière en matière d'environnement. En 2018, la filière Cognac a lancé la Certification Environnementale Cognac (CEC). Aujourd'hui, l'ambition de la CEC est d'atteindre 100 % des surfaces certifiés au plus tard en 2028, en les labellisant soit Agriculture Biologique soit Haute Valeur Environnementale (HVE). Cet objectif de certification s'inscrit dans une logique d'importance croissante des labels dans les décisions d'achat du consommateur, notamment en ce qui concerne les labellisations AB ou HVE.

Le Cognac évolue également dans un milieu extrêmement concurrentiel, où de nombreuses catégories d'alcools misent désormais sur la premiumisation. Cette concurrence accrue se symbolise notamment par le succès de la Tequila sur le marché américain, qui vient concurrencer le Cognac sur le créneau haut de gamme et sur des occasions de consommation similaires. Depuis 2010, les volumes de Tequila expédiés vers les États-Unis depuis le Mexique ont été multipliés par plus de 3, tandis que le prix moyen a augmenté de plus de 120 %. Bien que les performances du Cognac soient importantes sur la même période, la filière souffre d'une année 2023 particulièrement mauvaise. Le Cognac a vu ses volumes s'effondrer en 2023 (- 47 %) sur ce marché, alors que la Tequila semble plus résiliente par rapport aux autres catégories d'alcool (- 7 %). La Tequila dispose d'une structure d'offre plus complète que le Cognac, répondant qui plus est à des occasions de consommations plus variés. La diversification des occasions de consommation et l'élargissement de la base des consommateurs de Cognac semble donc un enjeu important pour la filière charentaise sur le marché américain.

Plus encore, la diversification des pays consommateurs de Cognac semble aujourd'hui importante pour réduire la dépendance de la filière à un nombre restreint de marchés. En effet, en 2023, seulement 3 pays (États-Unis, Chine, Singapour), représentent environ les deux tiers des volumes exportés de Cognac. Le développement des exportations vers de nouveaux marchés semble aujourd'hui un enjeu important pour la filière, afin de limiter les risques commerciaux liés à une trop forte concentration des pays clients comme lors de l'année 2023 avec la crise des surstocks américains ainsi que les tensions commerciales et la baisse de la consommation en Chine.

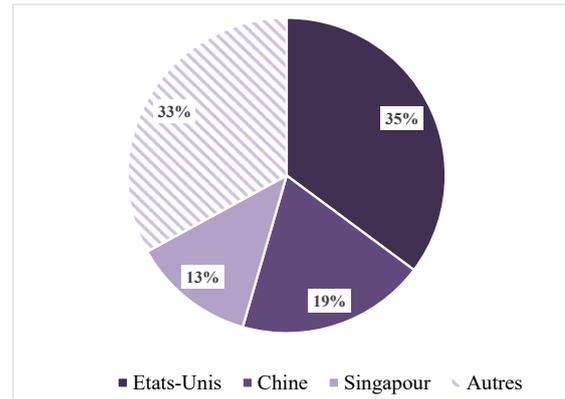


Figure 2. Parts de marché des exportations en volume de Cognac par pays (2023). Source : TradeDataMonitor, élaboration FranceAgriMer.

Enfin, la tendance du No-Low alcool semble s'ancrer dans les pratiques des consommateurs quels que soient les types d'alcool. Ces nouvelles pratiques des consommateurs s'inscrivent dans un contexte global de déconsommation d'alcool de manière générale, notamment dans les pays développés. Bien que pour les pays européens ces baisses soient largement imputables au vin, la tendance globale tend vers une consommation plus modérée d'alcool en matière de quantités.

Indicative Countries Ethanol Per Capita Consumption 1960 – 2014

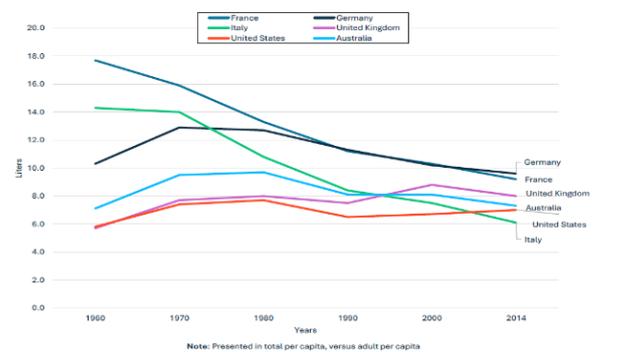


Figure 3. Consommation d'alcool par tête en 1960 et 2014. Source : OurWorldInData.org

Avec un chiffre d'affaire de 11 milliards de dollars en 2022, le secteur du No-Low alcool est attendu en croissance annuelle moyenne de 5 % par an sur la période 2018-2022, et avec des prévisions de + 7 % sur la période 2022-2026. Le sans alcool semble s'ancrer auprès du consommateur, la consommation se faisant pour

l'essentiel par des consommateurs d'alcool qui souhaitent, selon les occasions, substituer une partie de leur consommation d'alcool par des options No-Low. Ce comportement est en phase avec la tendance globale de la réduction de la consommation d'alcool, portée par les nouvelles générations de consommateurs (millennials et Gen Z), où les produits No-Low rencontrent un succès grandissant. Le No-Low semble donc une piste de réflexion intéressante pour la filière Cognac afin de se diversifier dans un domaine porteur.

4. Références

1. G. Bernard, Une production de renommée mondiale en difficulté : le cognac, 1978, *Norois* pp.431-440
2. G. Bernard, La crise du Cognac des années 1990, *Norois*, 1996, p767-774
3. R. Mitenbuler, La longue histoire d'amour entre cognac français et noirs américains, 2013, *Slate*
4. N. Brochart, Bilan 2023 du commerce extérieur vins et spiritueux, juin 2024, *FranceAgrimer*, pp29-32
5. IWSR, Is Cognac losing out to tequila in the US ?, décembre 2023
6. IWSR, Key statistics : the no-alcohol and low alcohol market, 2023
7. Rob McMillan, State of the US Wine Industry SVB Bank, 2024