

Le cognac et la littérature
par M. François Julien-Labruyère
(résumé de la communication)

Pour la première fois dans la longue histoire du cognac, un livre, *Cognac story*, de François Julien-Labruyère, lui est consacré mettant l'accent sur les différentes façons de le boire, donc sur les évolutions d'image et de statut social qu'il génère. D'où ce nom de « story » donné à ce texte, parce que son sens est multiforme, passant de l'histoire au récit, de la littérature à la publicité et de l'anecdote la plus légère aux légendes les plus mensongères. Il s'agit donc d'une histoire culturelle au sens le plus authentique du terme, consacrée au symbole charentais le plus universellement connu, au point que partout dans le monde on dit « Cognac country » pour parler de la région...

En dépit des lauriers que la profession se décerne chaque année à propos des ventes de cognac, la situation actuelle de l'eau-de-vie charentaise est paradoxale : ses résultats n'ont jamais été aussi bons mais elle se situe en dernière position parmi les grands spiritueux, après les avoir longtemps dominés. Le cognac va bien ? Le cognac va mal ? Quelle est son histoire ? Comment son image évolue-t-elle ? De quoi dépend sa consommation ? Effets de mode, changements de mentalité ? Pour y répondre, François Julien-Labruyère a fait appel aux observateurs de la vie quotidienne les plus légitimes qui soient : les romanciers.

Tout commence au XVIIe siècle lorsque les bourgeois hollandais instaurent la tradition d'offrir à leurs nouveaux-nés une coupe en argent ciselé qu'ils appellent *brandenwijnkom*, le bol à brandy. Il s'agit pour eux de protéger leurs enfants des fièvres en leur faisant boire des grogs mêlant un peu d'eau-de-vie à de l'eau bouillie encore chaude, assaisonnée de raisins secs et de sucre roux. Cette vocation première de médicament se transforme graduellement en plaisir de dégustation. Le cognac se met alors à dénoter des styles de vie. A la façon d'un objet culturel. D'où son succès littéraire à travers les siècles... Du cognac-médicament au hip-hop, l'histoire du cognac se montre en effet d'une richesse extrême.

Quand les propriétaires anglais se mettent à l'utiliser pour fabriquer les liqueurs des fruits de leurs vergers, il accompagne l'art du jardin en train de bouleverser les sensibilités européennes ; quand les officiers de l'armée des Indes l'allongent en brandy-pawnee, c'est-à-dire à l'eau, il devient symbole de l'Empire au même titre que ses uniformes rouges ; quand Théophile Gautier ou Gustave Courbet et leurs amis se retrouvent pour une fête autour d'un grand punch aux flammes bleutées, il exprime un modèle bohème destiné à faire hurler le bourgeois ; quand les clubs de Pall Mall en font des délices de leurs tables de jeu, il témoigne des splendeurs cauteleuses de l'Angleterre victorienne ; quand son carafon trône dans une cave à liqueurs, que cela soit chez le grand-père du narrateur de *La recherche du temps perdu* ou chez le capitaine de district de *La Marche de Radetsky*, il devient l'emblème du salon bourgeois ; quand Ernst Jünger organise sorties de tranchées pour le récupérer dans les rangs français, il figure l'inanité de toutes les guerres ; quand le couple de Tanizaki dans *La Clef* s'y soûle avant l'amour, il incarne le dérèglement et le fantasme de tout passage à l'acte ; quand les cadres supérieurs japonais se réunissent autour de lui pour améliorer le rendement, il caricature la bulle psychosociologique qui saisit un pays vaincu militairement et apparemment vainqueur économiquement, et quand les night clubs afro-américains le « rappent » avec frénésie, il type une communauté, sa façon d'être et sa volonté de reconnaissance sociale...

Remontant au premier verre de cognac de la littérature mondiale, c'est toute la vie de ce héros, le cognac, encensé ou malmené, souvent incompris, qui défile dans les pages de *Cognac Story*. Comme un miroir, François Julien-Labruyère révèle toutes les facettes de l'image du cognac, celle perçue par le consommateur et celle distillée par les publicités du négoce. L'auteur replace le cognac en son marché et dans son histoire, n'hésitant pas à démythifier les légendes qui, localement, en sont nées.

En définitive, une lecture passionnante d'histoire culturelle : du cognac-médicament des premiers temps au hip-hop d'aujourd'hui, en passant par les orgies romantiques, les dandys anglais, l'apparition du salon bourgeois, le drame du phylloxéra, les deux guerres mondiales, la prohibition américaine, la concentration du négoce, les affiches Belle Epoque ou encore ces grands amateurs de cognac qu'étaient le bon Mr Pickwick, les frères Karamazov ou Scarlett O'Hara, sans oublier l'irrésistible ascension du whisky et de la vodka... Le cognac, en effet, n'est jamais seul dans cette « story » : il domine d'abord l'ensemble de ses concurrents pour ensuite se laisser distancer par eux, tant en image qu'en charentaise peut enfin espérer trouver un équilibre de long terme.

Au total, une étude riche de références littéraires, sociologiques, économiques avec divers outils de recherche simples (index, répertoires, bibliographie, tableaux statistiques) : une véritable encyclopédie historique du cognac, comme eau-de-vie analysée dans son marché, par rapport à ses concurrents et par rapport à celles et ceux qui, à travers le monde, en sont les consommateurs.

Avec ce livre, on apprend beaucoup sur l'histoire d'un alcool découronné cherchant à rétablir son rang... ou comment un verre de cognac peut résumer l'évolution des mœurs du XVIIIe siècle à nos jours.