

# Une nouvelle étoile dans la galaxie du cognac: ABK6

Décalée, moderne, presque provocatrice, une nouvelle marque de cognac est née, ABK6. Avec, en flacon, des eaux-de-vie riches d'histoire et de qualité



## Ivan DRAPEAU

Mardi 15 février. Francis Abécassis arrive de Moscou. Il vient de vivre une galère, passeport égaré et averses de neige, avion matinal manqué alors qu'en soirée il présente sa nouvelle marque à la presse à Paris (voir encadré). Il se souviendra de ses trois jours au salon moscovite des produits agro-alimentaires!

Mais pas seulement en raison de cette histoire de passeport. Il a noué de bons contacts avec un importateur séduit par le produit. Deux mille caisses en vue dans un premier temps, le double dans un second. Il croise les doigts. Tant que rien n'est signé... Il a une perspective similaire de l'autre côté de l'Atlantique. En avril il sera en Chine. Il court les salons internationaux, il s'est inscrit au «must» du genre, Vinexpo en juin prochain à Bordeaux.

Francis Abécassis est un petit nouveau dans le monde feutré du cognac. Venu de l'immobilier et du Languedoc, il a d'abord racheté le domaine du Maine Drilhon à Barret en 2001 puis le domaine Leyrat à Claix et Mainfonds en 2003. Il s'est pris au jeu. A 50 ans passés, le cognac lui donne des ailes.

## Ne pas copier ce qui existe

Il aurait pu vivre sur la lancée des deux domaines. Le Maine Drilhon, 60 hectares en petite champagne, a un marché de niche, le monopole des alcools finlandais auquel il livre la marque «Le Reviseur». Sur la propriété de Claix et Mainfonds, les cognacs Leyrat, 70 hectares en fins bois, ont conquis depuis belle lurette leur petite part du marché des épicerie fines et de la restauration haut de gamme.

Mais au total, 15% seulement de la production sont écoulés en vente directe (environ 4.000 caisses), le reste est soumis aux besoins du négociant. «Pour élargir la palette de la vente directe, il fallait innover parce que les deux marchés que nous occupons ne peuvent se développer qu'à la marge», estime Francis Abécassis.

Alors il a créé une nouvelle marque, en décalage total avec les deux autres et avec l'image traditionnelle du co-

**Les cognac Abécassis, une histoire de famille: de gauche à droite, Julie, Francis, Caroline, Elodie et Jacqueline**

- photo CL

gnac. Elle s'appelle ABK6 -«une idée de mes filles, leur manière de signer les SMS sur leurs portables». Le ton est donné. ABK6 s'inscrit dans la modernité, avec un rien de provocation. «Je n'avais pas le choix. Pour se faire une place, il ne faut pas copier ce qui existe», poursuit-il.

## La mise en musique de Linea

Bertrand Plessis et Janett Dumas, de l'agence angoumoisine Linea, rodée au marché des vins et spiritueux, ont joué la partition souhaitée par Francis Abécassis. La bouteille choisie (le modèle «néos» conçu par Saverglass à Merpins) est en rupture avec les codes habituels du flaconnage. Le bouchon, couleur alu, n'est pas en

liège, mais se visse. Le graphisme enfin est dépouillé et contemporain. Les étiquettes sont déclinées en trois couleurs pour VS, VSOP et XO.

Avec ces outils-là, la nouvelle marque vise un public jeune et des lieux branchés. «Mais sans la moindre concession à la qualité de produit», insiste l'entrepreneur qui peut s'appuyer sur un énorme stock de qualité au domaine Leyrat. Il a recruté un maître de chais expérimenté, Simon Palmer, l'ancien directeur de l'université des eaux-de-vie, il a investi dans une cuverie thermo-régulée pour faire «un excellent produit de base». A l'arrivée, la gamme est cohérente et, dans chaque produit, nettement au-dessus de la moyenne générale des trois catégories d'âge. «Mon objectif est de vendre dès cette année 30% de notre production sous nos trois marques et de monter progressivement. Mais en aucun cas je n'entends aller sur le terrain du négociant, simplement être un bon artisan qui assure de A à Z», insiste Francis Abécassis, s'inscrivant ainsi dans la ligne d'une Béatrice Cointreau avec les cognacs Frapin.

## Une dégustation à l'aveugle, au sens propre !

Tony, un jeune aveugle, avance tel un chef de cordée. Accroché à son épaule, le groupe s'allonge en file indienne. Les rôles sont inversés. Tony guide les convives avec assurance dans l'obscurité totale de l'un des derniers cafés-restaurants branchés de la capitale, «Dans le noir?», au pied de Beaubourg, rue Quincampoix.

C'est là que Francis Abécassis a présenté la dernière-née des marques de cognacs, ABK6, à une vingtaine de journalistes et acheteurs potentiels (dont Hédiard et Nicolas). Simon Palmer, maître de chais dans les domaines de Francis Abécassis à Barret et à Claix, était aussi le maître de cérémonie. Rompu aux dégustations -il est régulièrement membre de jurys spécialisés- il a prodigué ses conseils de la voix, timbre clair et ferme en guise de phare: «Commencez par le verre de gauche, ne transformez pas votre nez en aspirateur, c'est un alcool à 40%, ce n'est pas du vin, prenez votre temps». Sur la table, des paires de mains délimitent leur territoire, trouvent à tâtons leurs trois verres, VS, VSOP et XO, accrochent parfois ceux du voisin d'en face. Ça hume, ça lape, ça goûte. Et surtout ça commente. «Ordinairement, les gens ne se risquent à prendre la parole qu'à la quatrième dégustation. Comme il n'y a que trois verres, j'étais un peu inquiet», lâche en riant Simon Palmer.

L'obscurité a balayé son inquiétude, et les timidités habituelles. Dans le noir, les dégustateurs d'un jour sont désinhibés sans recours à l'ivresse. «Orange confite, vieux bois, pruneaux, long en bouche, un peu agressif, remarquable». Le catalogue des impressions se décrit à haute voix, d'autant plus prolix que l'esprit ne se laisse pas disperser par l'œil, ni le sien ni celui des autres. Le noir ambiant offre une sorte de revanche au nez et au palais. «Dans le noir?», la dégustation est un exercice à pratiquer sans modération, juste avec un peu d'attention et d'adresse !