



Un projet de filière à 10 ans pour Hennessy

lundi 21 juin 2021, par [lpe](#)

La Maison Hennessy a tenu son habituelle rencontre partenaires en ligne le 9 juin dernier. L'occasion pour le président, Laurent Boillot, de partager avec les professionnels sous contrat, ses axes de stratégie pour les années à venir.

C'est donc pour la seconde année consécutive à travers une vidéo que le président de la Maison Hennessy s'est adressé aux 1600 viticulteurs partenaires de la maison de Cognac. Il s'agissait de faire le bilan de l'année 2020, une année inhabituelle dans nombre de secteurs d'activités et celui des spiritueux n'a pas été épargné, entre la crise sanitaire, la surtaxation américaine, il a fallu s'adapter.

"Nous avons augmenté le prix d'achat des eaux de vie de 1,5%, produit un 14 juillet-la première fois de notre histoire ! Enregistré une augmentation des ventes de 26% en magasins aux USA, eu en 2020 la récolte la plus généreuse depuis 20 ans... Quelle année !" commente celui qui n'est aux manettes que depuis 18 mois.

Cette belle conjoncture pour le Cognac et plus précisément pour la Maison Hennessy lui permet de travailler à une croissance significative sur le créneau du luxe de par le monde avec notamment le marché porteur de la Chine qui se travaille sur la durée et constitue un énorme potentiel. Le rayonnement en France, qui s'est accru en raison de la crise sanitaire, sera également un axe de progrès, notamment à travers la boutique rue de la Richonne à Cognac qui propose toutes les références, mais aussi grâce aux offres de visites agrémentées de dégustation (*à lire dans notre magazine de l'été à partir du 28 juin*).



Impossible en France en raison de la réglementation, [Hennessy vient de signer un partenariat majeur de trois ans avec la NBA](#), touchant ainsi l'univers du basket-ball tout entier.

La Maison de Cognac est déjà présente dans 160 pays.

Outre le développement de bouteilles plus exclusives comme de MBS4 (Master Blender's Selection N°4) [1], série limitée issue du travail du Maître assembleur Renaud Fillioux de Gironde, Hennessy mise sur [l'oenotourisme](#) pour attirer une clientèle française et européenne à Cognac.

Plus global, plus durable, plus luxe

L'aspect durable de la croissance n'est pas occultée même si il est difficile de compenser l'impact du transport notamment des produits. *"Notre bilan carbone est de 340.000 tonnes. Il nous faut le compenser, alors nous privilégions le transport maritime avec bientôt des cargos à voile, pour l'export. Nous limitons au maximum les intrants dans les vignes, travaillons avec les viticulteurs en ce sens, privilégions le biogaz en distillation et contribuons avec [Reforest'Action](#) à régénérer les forêts du monde. Sur notre domaine, nous menons des programmes de recherche, avons 40 hectares en agroforesterie, en 10 ans 1000km de haies seront plantés... mais rien n'est évident. Désherber mécaniquement, c'est moins d'intrants mais plus d'impact carbone !"* concluait le président qui s'est fixé l'objectif de multiplier par deux les profits de la Maison en 10 ans.

Un rappel, JAS Hennessy and Co emploie 1300 personnes et près de 90% ont une activité en Charente.

CR.

Notes

[1] à consommer avec modération