

# Cognac

Tekst: Mikkel Hornnes // Foto: Sasa Mackic og Colourpress

Der er sket meget, siden cognac blot var en digestif til kaffen efter en god middag – drukket af ældre mænd i det tilrøgede herreværelse. I dag blandes den med cola, kommes i fryseren og amerikanske hip-hoppere har ”adopteret” hver deres cognachus, som de flittigt ”namedropper”.

Cognac betragtes af mange, og med rette, som en ædel drik. Det er dog ikke den mest trendy flaske på den danske spiritushylde. Det er, som om cognac hænger fast i et lidt støvet, gammeldags image. Før i tiden var cognac et fint, fast element efter middagen ved særlige lejligheder. Et tegn på stil og overskud. Så kom den store whisky-bølge, der brød det logiske forhold mellem indtægt og investering, og satte spiritusbranchen i udvikling. Pludselig var der ikke noget unormalt i, at en ung fattig studerende brugte hele månedens SU på en særligt udvalgt flaske single malt. Med årene affødte dette en interesse for andre spiritusformer, men det er, som om cognac ikke rigtigt er røget med på den trend. Der er måske lidt mere fart over feltet med en rom, lidt mere gang i en grappa og lidt mere historie over en tønverøget whisky.

Cognac har på sin vis allerede bevæget sig væk fra det entydige ”grossererimage”. I hvert fald ser det anderledes ud i USA, hvor cognac længe har været de afro-amerikanske hip-hoppers drink.

Herhjemme forsøger cognac-firmaer at udbrede drikken til unge og kvinder, ligesom de promoverer nye måder at nyde den på. I udlandet er det lykkedes.

## Fra gamle grosserere til sorte hip-hoppere

I USA har man for længst bevæget sig bort fra den gamle rigmand som forestillingen om den typiske cognac-drikker. Hvis man skal tale om en typisk amerikansk cognac-drikker i dag, så er han snarere en sort hip-hopper. Midt i cognacs store krise i 1990'erne tog de sorte amerikanske hip-hoppere nemlig drikken til sig og strøede om sig med referencer til cognac-huse i deres tekster. ”Cars, Clothing & Cognac” gav status. Der findes et væld af sange, der ikke bare nævner ordet cognac eller et brand i teksten, men hvor selve titlen sågar indeholder navnet på et af de store huse. Hvis man går nærmere ombord i teksten til Busta Rhymes’ ”Pass The Courvoisier”, træder man ind i en verden, der unægteligt ligger meget fjern fra den, som cognac normalt forbindes – og gerne vil forbindes

# i nye klæder

– med Courvoisiers salgstal steg drastisk efter udgivelsen af sangen – og så var Hr. Rhymes endda mest til Hennessy, men det var ”Courvoisier, der passede bedst i teksten”. Snoop Dogg er manden bag sangen ”Hennessy ’n’ Buddah”, og listen fortsætter derudad...

Efter sigende har hverken Courvoisier eller Hennessy haft fingre med i spillet. Teksterne taget i betragtning kan man heller ikke tvivle på, at det skulle være tilfældet.

I det hele taget har der været en tendens til, at hip-hoppere har ”adopteret” cognac brands, og det er hovedsageligt Hennessy, der har nydt godt af dette fænomen i rapmusikken. I sangene kaldes drikken kælenavne som ”Henn-roc” og ”Henn-dog”, begreber som de franske druedyrkere og destillatører nok ikke får meget mening ud af. Rapperen Jay-Z er dog ”Rémy” mand, hvilket understreges af, at hans egen natklub, ”40/40”, i New York har en særlig ”Rémy Lounge” – foruden stedets almindelige ”Cognac Lounge” forstås. I baren finder man også en god portion drinks, hvor ejerens foretrukne mærke indgår.

I dag er det almindeligt, at cognac-firmaer laver fremstød inden for musik, sportsgrene eller filmfestivaler, for derigennem at opnå øget opmærksomhed omkring deres brand. Courvoisier er i denne tid igang med et helt nyt træk; nemlig lanceringen af herre-parfumen ”L’edition Imperiale”. Men cognac-freakens ultimative drøm om at dufte af træfad på byturen bliver desværre ikke indfriet, da Courvoisier meddeler at parfumen ikke lugter af cognac.

## Fra snobberi til blandede drinks

Ikke bare publikummet til cognac, men også i høj grad måden at nyde den på, har ændret sig med årene. Tiden, hvor hovne cognac-producenter rystede på hovedet af at blande cognac i drinks, er forbi – i hvert fald hvis de vil tjene penge. I USA har man siden forbudstiden blandet drinks med både whisky og brandy, så her opfattes det ikke som modstridende. I Asien er det endda skik at drikke cognac eller whisky til maden, som regel spædet godt op med vand. I Danmark er det derimod så som så med udbredelsen af cognac i drinks, når man kaster sit blik over cocktail-kort fra danske caféer og barer.

Den hippe K-Bar i København har for eksempel ikke mange cognac-drinks på kortet: ”Cognac er godt i drinks, men det er ikke det, jeg vil prioritere lige nu, da cognac ikke er ”in” for tiden”, lyder meldingen fra ejer Kirsten Neergaard Holm.

Bartender Christian Nedergaard, der til daglig har sin gang på Madeleines Madteater, mener også, at cognac fungerer godt i drinks: Eftersom den er lagret, kan den bidrage med en helt anden fylde og kompleksitet end de gængse hvide spiritusser. Den er bedst i simple, tørre drinks, forklarer han. Nedergaard erkender dog, at det ikke er nogen nem opgave at missionere cognac-drinks her i landet:

”Cognacs svaghed er reelt det eksklusiv image; det er nok den største hæmsko for en plads på cocktailmarkedet. Selv en cocktail som ”Sidecar” er nærmest umulig at sælge i Danmark. Forbrugerne ville dog nok være med på den, hvis bartenderen ville overbevise dem, så det er

Mens franskmændene selv drikker mere whisky end cognac, er deres ædle brandy blevet in i helt andre miljøer og sammenhænge, end den hidtil har været forbundet med. Cognac giver status i det amerikanske hip-hop miljø...



Cognacdrikkeren, som vi kender ham. En aldrende ”grosserertype” med en svingende cognacbowle i hånden...





For de ultimative aficionados er XO den yngste kategori, man beskæftiger sig med. Drømmende tanker går til de rolige, duftende lagerkældre, hvor ældgamle eaux-de-vie ligger gemt. Mon ikke det er et ganske rart job at være kældermeester?

nok her forklaringen ligger”, vurderer Christian Nedergaard og kommer ind på et andet vigtigt aspekt af cocktailmarkedet:

“Folk vil måske hellere betale for at stå på den rigtige bar, end for en bedre eller dyrere cocktail. Men de fleste bare køber jo billig spiritus, både billigere typer, som vodka og gin, men også billigere mærker. Cognac er jo forholdsmeetsigt dyr, og forbrugerne er måske ikke villige til at betale en højere pris for en drink med cognac. Det vil derfor give mest mening på steder, hvor folk er med på at betale for luksus, men det vil holde sig på niche-niveau, og aldrig kunne overgå for eksempel vodka, gin og rom”. Nedergaard understreger dog, at der er barer, der tager deres spiritusprodukter meget seriøst, og at niveauet generelt er højnet inden for det seneste par år.

Hennessy har tidligere spillet ud med en ung cognac, der var produceret specielt til at blande i drinks; ”Pure White”. Den har dog ikke vist sig specielt succesfuld, og den gigantiske luksuskoncern Louis Vuitton Moët Hennessy, som cognacfirmaet i dag er en del af, satser nu på deres VS, VSOP og ”Fine de Cognac” til brug i drinks. Rémy Martin er dog på banen med en ny serie af produkter specifikt til drinks. Navnet er RémyRed, og her er bær og frugter blandet med cognac til en kulørt væske, der kan bruges som basisingrediens, når der mixes.

Hvis det skulle lykkes at få drinks med den eksklusive spiritus til at slå rigtigt igennem, kan det betyde et godt spark i salgskurven. Den brasilianske sukkerørsspirituskachaça er for eksempel blevet en ”must-have” på rigtig mange barer rundt om i verden, udelukkende

fordi den indgår i den populære drink caipirinha. På samme måde er den danske Cherry Heering likør at finde i alle verdenshjørner, takket være drinken ”Singapore Sling”.

Hos Pernod Ricard Danmark, der markedsfører cognacerne Martell og Renault i Danmark, har man dog ikke stor tiltro til, at drinks-markedet skulle indeholde noget særligt potentiale for cognac-salget, forklarer Brand Manager Christian Hørlyck. Selv om han erkender, at en Martell VS kan bruges i cocktails, er det ”ikke noget vi gør så meget ud af”. Han er mere fokuseret på et lurende problem i branchen; nemlig de billige XO cognacer, der truer på supermarkedshylderne. ”Jeg frygter, at der kan ske det, at folk køber en af de her billige XO’er og bliver skuffet, hvis kvaliteten ikke lever op til forventningerne, og at de

**Ordforklaring:**

**Eau(x)-de-vie:** ”Akvavit” = ”livets vand” – dette navn bruges om de enkelte brændevine, indtil de blandes, og alkoholstyrken reduceres til omkring 40 procent. Først herefter kaldes produktet for ”cognac”.

**VS:** ”Very Special” – minimum to et halvt år på egetræsfade.  
**VSOP:** ”Very Superior Old Pale” – minimum fire et halvt år på egetræsfade.

**XO:** ”Extra Old” – minimum seks et halvt år på egetræsfade.



Hennessys ”Paradis Extra” – lige fra fryseren! Lækkerbisknen eller helligbrøde?



Uden træfade, ingen cognac. Det ældgamle bødkerhverv lever i bedste velgående i Frankrig; et præcisionshåndværk, der ikke kan erstattes af maskiner.

dermed får et dårligt indtryk af cognac som helhed. For i forbrugernes bevidsthed er XO et symbol på høj kvalitet”, forklarer Christian Hørlyck. Strategien hos Pernod Ricard Danmark er derfor at “opretholde det eksklusive image med høj kvalitet” for at distancere sig fra de billige konkurrenter.

#### XO – og hvad så?

For ikke så mange år siden var der status i at sætte en flaske hvad-som-helst på bordet, bare der stod cognac på etiketten. Det var ofte en ung VS eller VSOP. Dengang var en XO herhjemme ensbetydende med en meget fin cognac, der også trak tænder ud rent økonomisk. Det er ikke nødvendigvis tilfældet i dag. I de seneste år har de danske supermarkeder nemlig ladet deres hylder invadere af XO cognacer i et helt andet prisleje end vanligt; nemlig helt ned i 150 kroners klassen. Det er selvfølgelig noget, der vækker opmærksomhed, da det faktisk er svært at finde bare en anstændig VS til de penge. Og hvordan kan dette nu lade sig gøre? Er det kældermestrene, der er blevet splittergale, og kaster deres ældste skatte i grams til folket? Næppe! Svaret skal nok nærmere findes i det faktum, at der ikke stilles særligt skrappe krav om alder til en XO – set i forhold til hvilken smag mange forventer af den.



1: Busta Rhymes rapper om Courvoisier, men er efter sigende mest til Hennessy. 2: Jay Z er også rapper, og han sætter pris på Rémy. Han har også sin egen natklub med en særlig Rémy Lounge.

#### Links:

Her finder du opskrifter på drinks med cognac:

[www.courvoisier.com](http://www.courvoisier.com)

[www.hennessy-cognac.com](http://www.hennessy-cognac.com)

[www.martell.com](http://www.martell.com)

[www.remy.com](http://www.remy.com)

## ”I USA har man siden forbudstiden blandet drinks med både whisky og brandy”

Seks et halvt år på træfad er ikke meget for en cognac. Smagen af ”alder”, som er god cognacs ypperste fortrin, er længere tid om at udvikle sig. Desuden kan man anvende tyndt smagende eaux-de-vie fra de billigste randområder i Charente-regionen og dermed spare på udgifterne.

Man kan sågar snyde sig vej frem med en række tilsætningsstoffer: Boisé (en ”fond” af egespåner), karamel til at give farve, sirup til at give sødme og som skjuler ung og aggressiv alkohol – det er den lidet ærefulde opskrift på en

billig cognac, der fuldt legalt kan bære det fine navn XO. Mange cognachuses XO’er er dog blandet med eaux-de-vie, der er langt ældre end minimumsalderen, og derfor er der i dag et enormt kvalitetsspænd i kategorien.

Netop på grund af denne udvanding af de traditionelle aldersbetegnelser er der flere producenter, som giver deres ældste cognacs mere historiske eller poetiske navne: ”Sélection Des Anges”, ”Ancestrale”, ”Vénérable”, ”Paradis” eller ”Louis XIII”.

Cognac-drinks til kvinder. ”Henn-dog” i hip-hop musikken. Discount XO i supermarkedet. En prestigefuld flaske ældgammel cognac til over 10.000 kroner, der nydes i cigar-loungen af forgyldte fodboldspillere. Cognac i drinks, i maden, til maden og efter middagen. ”Cognac” er ikke længere en entydig størrelse, men mange forskellige ting, til hver sit publikum, anledning og pengepung. Markedet for cognac tegner sig derfor så komplekst som drikken selv. #