



Charte du Syndicat des Maisons de Cognac

Préambule :

- La notoriété de l'appellation Cognac à travers le Monde est le fait des Maisons, des très hautes exigences qu'elle s'imposent et de l'attention spécifique qu'elles portent à la qualité de leurs produits et de leur image. C'est également le fait de la confiance qu'elles ont instaurés avec leurs partenaires viticulteurs et qui permet de garantir la qualité de la matière première.
- En tant qu'organisation chargée de représenter les Maisons de Cognac, le Syndicat des Maisons de Cognac (SMC) a un devoir d'exemplarité qui repose sur celle de chacun de ses adhérents.
- A ce titre, le SMC se doit de promouvoir les standards les plus élevés en matière d'éthique comportementale et de responsabilité, y compris dans son fonctionnement interne.
- Etant précisé que **le SMC n'a pas vocation à** intervenir dans les choix stratégiques et individuels de chaque Maison, l'objet de la présente Charte est de porter à la connaissance de tous ses adhérents les règles de conduites fondamentales que les Maisons doivent appliquer à leurs actions et relations mutuelles dans le cadre du collectif SMC.
- La présente charte est annexée aux statuts, lesquels précisent les modalités d'application.

1. Respect de la réglementation et des engagements collectifs

- Dans le cadre de l'ensemble de leurs activités, Les Maisons adhérentes n'emploient que des moyens légaux et conformes aux normes et règles de la profession. Elles respectent les dispositions législatives et réglementaires qui régissent leurs activités, et s'engagent en outre à respecter les décisions prises par les instances interprofessionnelles.
- Pour maintenir le niveau d'excellence de l'appellation, renforcer la crédibilité et l'exemplarité du SMC et favoriser la mise en œuvre d'une démarche collective de progrès, les Maisons s'engagent à se conformer aux recommandations décidées par les instances du SMC. Ces recommandations peuvent concerner en particulier, mais sans que cette liste soit limitative :
 - Le développement durable et les pratiques environnementales ;
 - L'amélioration de la qualité (raisins, vins et eau-de-vie) et l'innovation ;
 - La transparence des pratiques et des informations délivrées aux consommateurs ;
 - La promotion de la consommation responsable ;
 - Plus généralement la responsabilité sociétale des entreprises



2. Partage d'information et contribution à la réflexion collective

- Considérant le devoir de confidentialité auquel est soumis l'équipe du SMC, les Maisons adhérentes s'engagent à :
 - Communiquer des informations sincères et transparentes lorsque celles-ci leur sont demandées et qu'elles constituent, pour le SMC et ses instances, une aide à la prise de décision ou à la définition de stratégies collectives.
 - Apporter leur collaboration aux enquêtes et collectes d'informations menées par le SMC lorsque celles-ci ont été demandées par les instances du SMC ou lui sont nécessaires pour l'exercice de ses missions.
 - Communiquer toutes les informations dont ils ont connaissance et qui peuvent être utiles à tous dans l'intérêt de la profession.
- Il est précisé que ces dispositions ont seulement vocation à favoriser l'émergence de stratégies et communications collectives autorisées par le droit de la concurrence. Les Maisons ne sauraient être tenues de partager des informations qu'elles jugeraient confidentielles.
- Les représentants des Maisons dans les instances professionnelles et interprofessionnelles, s'engagent à assister avec assiduité aux réunions et à participer activement aux travaux.
- Les Maisons adhérentes s'engagent à ce que leur participation et interventions dans les travaux, réflexions et discussions du SMC soient guidées prioritairement par la recherche de l'intérêt général des Maisons et non la poursuite d'intérêts particuliers. Dans cet objectif, chacun s'engage à contribuer à la coordination des positions du négoce.

3. Confidentialité et loyauté

- Les Maisons adhérentes, et en particulier leurs représentants dans les instances professionnelles et interprofessionnelles, font preuve de prudence dans la diffusion, y compris au sein de leur Maison, des informations et documents qui leur sont communiqués dans le cadre de leur mandat ou en qualité de membre du SMC. Lorsque des données confidentielles leur sont communiquées, ils s'engagent à ne pas les divulguer auprès de tiers (notamment journalistes, vignerons, organisations syndicales de salariés, etc.).
- En cas de prise de position, de formulation d'éléments de langage sur un sujet par le SMC, afin de maintenir l'unité et la crédibilité du SMC en tant qu'organisation collective vis-à-vis des interlocuteurs externes (journalistes, pouvoirs publics, vignerons, organisations syndicales de salariés, etc.), les Maisons adhérentes s'engagent à ne pas dénigrer les décisions prises par les instances du SMC, dès lors qu'elles l'ont été de façon régulière et conforme aux statuts.



- Elles s'engagent à ne pas dénigrer publiquement (notamment dans la presse ou sur les réseaux sociaux) une autre Maison ou représentant des organisations professionnelles ou interprofessionnelles.
- Elles s'engagent à respecter un devoir de réserve¹ quant à l'expression de leurs opinions personnelles.
- De façon générale, les Maisons adhérentes s'interdisent de nuire ou de porter atteinte à l'image des Maisons et du SMC.

4. Concurrence loyale et déontologie confraternelle

- Les Maisons adhérentes se livrent entre elles une concurrence loyale sur les marchés d'expédition, ainsi que sur les marchés d'approvisionnement².
- Les Maisons observent entre elles et favorisent chez leurs collaborateurs et dans leurs réseaux commerciaux un esprit de neutralité et de scrupuleuse confraternité en particulier dans leur communication. Elles s'interdisent, notamment auprès des médias, d'évoquer le nom ou les usages d'une autre Marque ou Maison que la leur sans y avoir été autorisées.
- Dans le cadre des réunions du SMC et en vertu du respect du droit de la concurrence, chaque participant s'engage ne pas mener de discussions avec les autres participants sur les questions relatives :
 - Aux prix pratiqués ou à leur fixation,
 - A la stratégie commerciale appliquée ou envisagée,
 - A l'identification des clients des différentes sociétés,
 - A des dispositifs de boycott ou de refus de vente,
 -
 - Aux innovations envisagées, ainsi qu'à tout comportement ou accord qui auraient pour effet de restreindre la libre concurrence et à porter préjudice aux consommateurs,
 - A ne pas inciter les autres participants ou tout tiers présent, à constituer une entente ou un cartel, et à ne pas participer activement ou passivement, directement ou indirectement à une entente ou un cartel, notamment aux fins de contrevenir aux principes édictés ci-dessus,
 - A quitter immédiatement toute discussion qui contreviendraient aux principes édictés ci-dessus,
 - A signaler au smc tout agissement contraire à ces règles dont il aurait connaissance au cours des réunions.

¹ Devoir de réserve : faire preuve de réserve et de retenue dans l'expression écrite et orale de ses opinions personnelles. L'obligation de réserve n'est pas conçue comme une interdiction d'exercer les droits élémentaires du citoyen : liberté d'opinion et liberté d'expression. Il s'agit par exemple de s'abstenir de critiques virulentes de décisions gouvernementales sur les réseaux sociaux.

² Le droit de la concurrence sanctionne la concurrence déloyale constituée notamment le dénigrement, confusion avec le concurrent, la désorganisation de l'entreprise ou du marché, le parasitisme économique



5. Contribution à la protection des marques et de l'appellation

- Les Maisons adhérentes s'engagent à ne pas initier ou prendre part à des actions susceptibles de nuire ou de mettre en danger l'image de l'appellation.
- Les Maisons évitent tout risque de confusion entre leurs cognac et d'autres spiritueux. En particulier, elles s'engagent à considérer avec prudence toute participation à des concours mettant en concurrence l'appellation Cognac et d'autres dénominations ou appellations.
- Les Maisons développent leur originalité en évitant de créer dans l'esprit du public tout risque de confusion entre leurs cognacs et les cognacs et autres spiritueux de leurs confrères. Elles s'obligent à une vigilance particulière à cet égard dans le choix de leurs noms de Marques, ainsi que de leurs habillages et campagnes de communication.
- Plus généralement, les Maisons adhérentes s'engagent à entretenir un esprit de vigilance collective permanente concernant la protection de l'appellation et des marques, en complément de l'approche produit, à sensibiliser l'ensemble de ses réseaux (clients professionnels, prescripteurs, salariés, etc.) à la mise en valeur de l'appellation.
- Lors des dégustations qu'elles organisent, notamment dans le cadre des réflexions sur l'innovation et l'évolution du cahier des charges, les Maisons s'engagent à respecter les règles permettant de garantir l'analyse objective et la description précise des eaux-de-vie et cognac dégustés, en particulier à travers des dégustations à l'aveugle. S'il existe, le règlement intérieur du BNIC relatif aux examens organoleptiques devra être suivi pour les modalités pratiques de réalisation des dégustations.