COMPTE RENDU
DE LA RÉUNION DE FAMILLE DU 30 NOVEMBRE 2020

Présents : Hervé BACHE-GABRIELSEN ; Charles BOINAUD ; Charles BRAASTAD ; Cyril CAMUS ; Jérôme DURAND ; Alexandre GABRIEL ; Philippe JOUHAUD ; Éric LE GALL ; François LE GRELLE ; Grégoire LUCAS ; Florent MORILLON ; Laurent MOULIS ; Éric PINARD ; Patrice PINET ; Mélanie PY ; Patrick RAGUENAUD ; Lilian TESSENDIER

1. Validation du compte-rendu de la réunion de famille du 2 novembre 2020

Décision : Le compte rendu du Conseil d'Administration du 2 novembre 2020 est approuvé.

2. Préparation du Comité Permanent du 3 décembre 2020

- **Point sur la récolte 2020 - par Patrick Léger**

Rappel : les enjeux des prévisions de récolte

- Fixation du rendement Cognac
- Pilotage des flux de trésorerie
- Performance opérationnelle.

Situation : cette année, une différence d'environ 100 000hl AP a été observé entre les prévisions de récolte et le réel constaté à travers les déclarations de récolte (50% reçu à date).

En termes de rendement agronomique, la prévision était de 11,5 et la situation à date indique un rendement à 13,7.

Plan d'action proposé par la Station en vue d'améliorer les prévisions :

- Court terme (1-2 ans) ***:*** **Amélioration des variables actuelles** et **la mise en place système de remontée filière**

Coût annuel (hors ressources humaines) : 30 k€ / an

- Moyen terme (à 5–10 ans) **:** meilleure connaissance du déterminisme du rendement, développement de partenariats et mutualisation de méthodes / données, poursuite du travail d'intégration de parcelles du contingent de plantation nouvelles.

Coût total (hors ressources humaines) : 500-700 k€

P. Léger recommande de valider les actions à court terme. Les actions à long terme pourront être envisagées dans un second temps en fonction des résultats des actions court terme et d'une analyse plus fine de leur pertinence.

Il indique qu'il est nécessaire de remettre à plat les attentes des professionnelles par rapport aux prévisions de récolte, de définir à quelle date ces prévisions sont nécessaires, à quelle date a-t-on besoin des chiffres les plus précisions. Si on observe sur les 40 dernières années, plus on se rapproche de la vendange plus la prévision est précise, à l'exception de certaines années, comme celle de 2020 où l'écart devrait être de 15%.

F. MORILLON rappelle qu'en 2018, une alerte sur le risque d'écart entre les prévisions et le réel avait été lancée en début de vendange et qu'on avait abouti à un écart de 1,5hl AP. Il est certain que l'exercice est compliqué mais il a des enjeux majeurs. Les écarts créent de la tension sur les prix d'achat, sur les budgets d'achats et la chaine logistique. Par ailleurs cela fait peser un doute sur la pertinence du modèle du business plan qui est finement calibré sur 2 entrées, dont les rendements.

Il ressort des échanges les éléments suivants :

- Pertinence des statistiques : à intégrer dans les calculs
- Date des prévisions :
  - Les pistes du plan d'action doivent être basées sur les vendanges et non sur la véraison comme c'est le cas pour le moment
  - Les prévisions de début de vendanges permettent de fixer le rendement de manière plus précise à ce moment
- Il est néanmoins nécessaire d'améliorer le modèle, en particulier du fait du calendrier des demandes de plantations validées à l'INAO et FranceAgriMer. Il impose d'avoir des éléments plus tôt (même si cette année les circonstances ont retardé les décisions)
- Autre piste d'amélioration : évaluation de la dispersion de l'année par rapport aux parcelles
- Pertinence de l'élargissement du réseau : travail de la station avec le réseau des viticulteurs et des grandes maisons, sous réserve de la prise en compte de la représentativité (par exemple les prévisions d'Hennessy cette année étaient plus élevées que celles de la Station, mais les données ne sont pas nécessairement représentatives de celles des exploitations de la région)
- Pour les bouilleurs de profession la marge d'erreur n'a qu'un impact limité car les perspectives sont plus lointaines. Il s'agit pour eux de prévoir les besoins de distillation à moyen et long terme.

Décision : Validation des actions court terme proposées, notamment amélioration des paramètres et critères d'observations, intégration du paramètre pollen et amélioration des remontées filières.

♦ Grand cru

Le dossier ayant été perdu en appel et en cassation, les juges ayant confirmé l'interdiction d'utiliser la mention Grand cru si celle-ci n'est pas prévue par le cahier des charges et faute pour la filière d'être attachée à l'intégration de la mention dans le cahier des charges, la Commission Développement de l'Appellation propose de classer le dossier.

F. LE GRELLE et plusieurs administrateurs du SMC indiquent leur accord pour ce classement du dossier. Ils manifestent néanmoins leur incompréhension à propos de l'utilisation de la mention Grand Cru par certaines marques de whisky ou de bières étrangères commercialisées en France sans qu'aucune action à leur encontre ne semble être menée par les autorités françaises.

Décision :

- **L'abandon de la modification du cahier des charges visant à y intégrer la mention Grand Cru est validée.**
- **Il sera néanmoins demandé au BNIC de saisir officiellement l'INAO afin de contester l'utilisation faite par les bières et whisky du terme Grand Cru et d'obtenir à minima une explication de cette discrimination.**

♦ Développement durable

• CEC

Lors du Comité Permanent de rentrée, l'objectif de 100% certifié au plus tard en 2030 a été validé. Néanmoins, il a été demandé à cette occasion de fixer un objectif avant cette date, soit en 2029 soit en 2028. En effet, la diminution du nombre d'exploitation d'ici à 2030 permet d'envisager d'atteindre l'objectif avant 2030.

Il ressort des discussions :

- ***Réalisation de l'objectif***
  - L'objectif est ambitieux et il ne sera pas évident de certifier 400 à 500 viticulteurs chaque année, d'autant que les derniers pourcentages seront les plus réticents. (M. Py, P. Pinet)
  - Si l'objectif affiché reste au plus tard 2030, il faut se fixer un objectif plus ambitieux au moins en interne à 2028 (F. Morillon).
- ***Accompagnement des viticulteurs***
  - Les Maisons de Cognac accompagnent leurs viticulteurs partenaires et mettent en place de nombreux moyens afin de parvenir aux objectifs de la CEC. (E. Le Gall)
  - Nécessité de mettre en place des mesures d'accompagnement massives et pertinentes (E. Pinard)
- ***Un objectif collectif***
  - Il est essentiel que les objectifs soient collectifs. L'environnement ne doit pas être un facteur de compétition entre Maisons. (M. Py)
  - Les viticulteurs attendent des messages cohérents et coordonnés sur le sujet, ainsi que des engagements de la part du négoce. (A. Gabriel)
  - Il faut un cadre général (les objectifs de la filière) à partir duquel chaque maison peut décider de s'imposer des exigences plus fortes. (F. Morillon)
- Nécessité de simplifier les aspects administratifs (exemple : 1 certification pour 3 exploitations appartenant à un même exploitant) (G. Lucas)
- Au-delà de la CEC ?
  - Pression sociétale croissante – Peut-on avoir des ambitions supplémentaires, notamment pour ceux qui sont déjà certifiés aujourd'hui ? Comment continue-t-on à anticiper les attentes des consommateurs pour les 10 prochaines années ? (C. Boinaud)
  - Possibilité d'aller sur des compléments plus novateurs (biocontrôle, biodiversité…) (M. Py)

Usage du logo CEC : vérification à demander au BNIC sur le droit d'utiliser le logo pour des produits fait avec une matière première non totalement certifiée (ce serait possible pour HVE).

<u>Décision</u> :

Validation de l'objectif de 100% de certifiés en 2028.

En cas de refus par la viticulture, il sera proposé de rester à l'objectif d'ici 2030 sous réserve de faire une révision en court de mandat.

• Engagements des Maisons en matière de développement durable

Lors du Comité Permanent du 8 octobre dernier, la viticulture a demandé à la famille du négoce quels étaient ses engagements en matière environnementale.

Proposition :

- Le SMC réalisera avec les autres syndicats de la famille du négoce un état des lieux des engagements existants : un questionnaire pourrait être transmis à la rentrée.
- Un groupe de travail pourra ensuite être désigné afin de proposer des engagements collectifs pour le négoce.

Compte-tenu de l'importance et de la diversité des engagements il est recommandé de réaliser un questionnaire thématique simple (une dizaine de thèmes) (F. Morillon)

Décision :

Recensement des engagements existants du négoce avec envoi d'un questionnaire thématique

Restitution synthèse / présentation fin janvier – début février

- **Plan sociétal**

La viticulture a demandé la mise en place d'un plan sociétal visant à mieux protéger les viticulteurs, et plus largement la filière, des attaques contre leurs pratiques culturales.

Le plan proposé par le BNIC comprend 3 actions :

1) Campagne média régionale pour valoriser la viticulture charentaise auprès du Grand Public

Budget additionnel : option basse 107 500 € / moyenne 170 700€ / haute 190 700 €

2) Renforcement de la communication positive vers la société civile et les riverains

Budget additionnel : 15 000 €

3) Poursuite de l'action sur la presse locale et nationale

Pas de budget additionnel

Il ressort des discussions un accord sur le principe d'une action et l'objectif de valorisation des viticulteurs, de la CEC et des bonnes pratiques de la filière.

Il est suggéré que la campagne média régionale de valorisation du métier de viticulteur s'accompagne d'une campagne de formation aux métiers de la vigne (F. Le Grelle).

Néanmoins, des doutes sont émis concernant les moyens utilisés (E. Le Gall, P. Jouhaud, A. Gabriel), notamment les médias employés. Une campagne média agressive, même régionale ne valorisera pas nécessairement la viticulture et pourrait même avoir un effet inverse et être dangereuse pour l'image de la filière. Il faut donc être vigilant dans l'approche qui sera retenue (P. Pinet).

Décisions :

Accord de principe sur les objectifs.

La pertinence et l'efficacité des moyens seront questionnées lors du prochain comité permanent.

La ré-allocation d'une partie des moyens de l'action 1 (campagne média régionale) sur l'action 2 (communication positive vers société civile et riverain) sera proposée.

- **Organisation des commissions et groupes de travail BNIC**

Raphael DELPECH avait pour objectif de travailler sur l'organisation du BNIC. Ses propositions reposent sur un renforcement de la responsabilité de la Direction du BNIC (Directeur Général et Directeurs de Pôle), notamment dans l'animation des commissions.

Il propose en outre la création de deux nouvelles Commissions :

- Lobbying et présence territoriale
- Ressources, emploi, formation et attractivité

P. LEGER note que les Commissions Qualité et Technique traitent pour partie des mêmes sujets et qu'il est nécessaire de préciser les missions respectives de ces 2 commissions.

P. PINET rappelle que la commission qualité a été présentée sous le titre commission assurance qualité. Elle peut-être appeler contrôle qualité. La définition des critères de qualité appartenant à la Commission technique et le contrôle de la qualité à la Commission contrôle qualité.

E. PINARD se dit favorable à la création des deux nouvelles Commissions. Les deux sujets apparaissent essentiels pour lui afin de permettre à l'interprofession de coordonner ses actions territoriales avec les élus locaux ainsi que de coordonner les actions sur l'emploi et la formation.

C. BOINAUD se dit également favorable à la Commission Ressources. En revanche, il émet certaines réserves sur les sujets dont pourra traiter la Commission Lobbying et présence territoriale dont les missions pourraient se confondre avec celle de la Commission Communication.

T. METAIS précise que les actions de communication doivent être distinguées des actions de lobbying et de présence territoriale, même si la communication peut venir en support du lobbying. Il sera essentiel d'avoir une bonne coordination entre les 2 commissions.

A. GABRIEL est également favorable à la création de ces 2 Commissions. Néanmoins, il serait utile d'avoir une vision globale de l'articulation des Commissions.

Décision :

Demander un mapping de l'organisation des pôles du BNIC et des Commissions et GT afin d'avoir un meilleur aperçu de l'organisation de l'interprofession.

Accord pour la création des nouvelles commissions. Une fois validée en CP, une information sera faite à la famille pour désignation des membres de ces instances.

3. GT production (*réunion des référents de vendredi 20 novembre*) - Mélina Py

Une réunion des référents du GT Production a eu lieu le 20 novembre à la demande de la viticulture suite au reconfinement.

M. PY indique que la situation est plus favorable qu'elle n'avait été estimée. La baisse a été moins forte et la reprise a eu lieu plus tôt. La 2ème vague a surtout des conséquences en Europe, beaucoup moins aux Etats Unis et en Chine où bars et restaurants restent ouverts avec des taux de fréquentation élevés.

Le business plan va être revu et de nombreuses réunions vont avoir lieu d'ici fin mars afin de procéder à sa mise à jour.

Enfin un travail de vulgarisation doit être réalisé. 2 éléments sont en cours de réalisation :

- Un guide méthodologique notamment destiné aux membres du GT production pour assurer la permanence des méthodes et la formation des nouveaux membres
- Un modèle simplifié qui pourra servir de support en interne et en externe.
  Il est proposé de présenter de manière pédagogique le business plan en famille avec remise de ce fascicule en janvier.

C. BOINAUD demande si et comment sont pris en compte les crus dans le business plan.

M. PY indique que la question est posée mais n'a pas reçu de réponse à ce jour.

Décision : Une présentation du business plan et son fonctionnement sera proposée aux membres du SMC en début d'année prochaine.

4. Distillation vapeur

Le projet de la distillation vapeur a été initié par la Maison Martell. Néanmoins il est nécessaire d'étendre l'expérimentation à la distillation sur lie, ce que ne pratique pas la Maison Martell. Un groupe projet (copil) s'est organisé autour de ce projet et de l'expérimentation sur lie autour des Maisons Boinaud, Hennessy et Remy Martin, sous la direction de Vincent Lang.

Néanmoins le projet a dû être repoussé d'un an. Un certain nombre de difficultés devant être levées en amont.

En particulier, Chalvignac a indiqué qu'il ne lui serait pas possible de respecter les délais.

Par ailleurs, si le budget ne pose pas de difficulté, Hennessy et Remy Martin ayant accepté de financer, plusieurs questions se posent :

- Propriété du matériel
- Rendre collectif le projet et donc intégrer d'autres maisons, le cas échéant de quelle manière ? Dans ce cas un financement par le fond de dotation pourrait peut-être être envisagé.
- Est-il possible de bénéficier de subventions et le cas échéant, sous quelles conditions ?

P. PINET indique que la distillation se fait aujourd'hui à feu nu à 100% et que le projet distillation vapeur se fait également à 100%. Il serait utile d'avoir des essais sur des techniques mixtes. (Première chauffe à feu nu et 2ème vapeur). En effet, les essais menés au Japon tendent à montrer que ce process mixte serait plus qualitatif.

M. Py indique que ce projet nécessite une modification du cahier des charges et afin de ne pas perdre de temps malgré le report du projet, il est essentiel à présent de demander l'autorisation à l'INAO de valider 2 campagnes en un une (expérimentation début de campagne fin 2021 et fin de campagne début 2022).

Décision :

- **Confirmer au BNIC la demande à faire à l'INAO pour valider 2 campagnes sur une seule.**
- **Demander une expertise sur la réouverture du fonds de dotation projet d'avenir Cognac lors du prochain CP**

5. Résultat du sondage communication

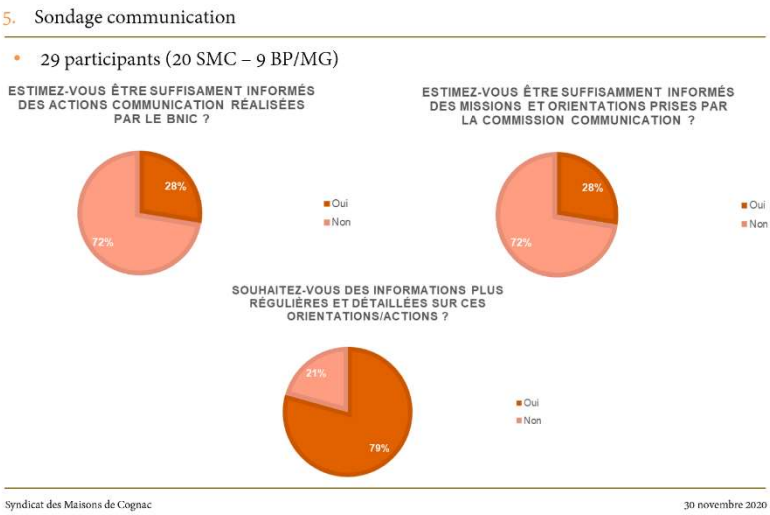
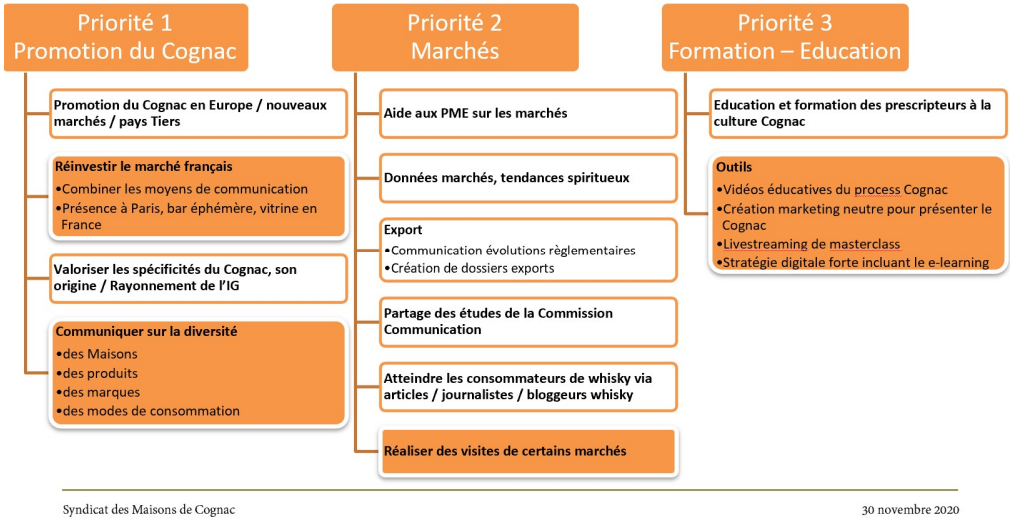
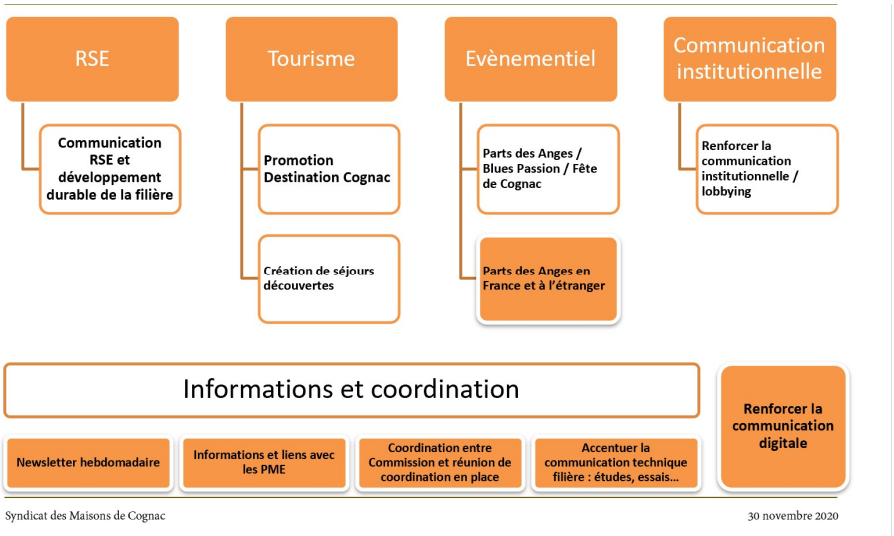
Suite à l'envoi du questionnaire relatif à la communication du BNIC, 29 réponses ont été reçues.

Les résultats font apparaître un défaut d'information concernant les actions menées par les services et les décisions prises par la Commission communication. Un travail devra donc être mené pour s'assurer que les bonnes informations arrivent aux bonnes personnes.

Par ailleurs, les priorités identifiées concernent :

- La promotion du Cognac : réinvestir le marché français sur lequel les Maisons et le SMC travaillent
- Les marchés : point relevant du SMC
- Formation - éducation : c'est une mission du BNIC

La RSE apparait à un niveau de priorité moins élevé, mais cela peut être lié au fait que la RSE est transversale et doit se retrouver dans toutes les actions de communication.

De même le digital est un moyen au service des priorités.

Annexe : résultats du sondage Communication