
COMPTE RENDU DE L'ASSEMBLEE GENERALE EXTRAORDINAIRE

DU SYNDICAT DES MAISONS DE COGNAC

DU 27 OCTOBRE 2021

Présents : Francis ABECASSIS ; Charles BOINAUD ; Charles BRAASTAD ; Richard BRAASTAD ; Xavier BRIOIS ; Stéphane BURNEZ ; Cyril CAMUS ; Jean-Pierre COINTREAU ; Richard COSTA-SAVELLI ; Michel DOBBE ; Jérémie DURAND ; Christophe FILLIOUX ; Alexandre GABRIEL ; David GAREYTE ; Jean-Edouard GODET ; Philippe JOUHAUD ; Eric LE GALL ; François LE GRELLE ; Patrick LEGER ; Romain MARTIAL ; Florent MORILLON ; Laurent MOULIS ; Philippe PERBOST ; Richard PRULHO ; Mélina PY ; Lilian TESSENDIER

Excusés : Hervé BACHE-GABRIELSEN ; Magalie CHABASSE ; Alain CROTEAU ; Jérôme DURAND ; Thomas GONON ; Isabelle MINOT ; Julien NAU ; Olivier PETIT ; Philippe PEYRAT ; Philippe SEYS ; Nicolas SINOQUET ; Mélissa TROUVE ; Marina ROY

1) Mot d'accueil du Président

2) Projets du SMC

- Point d'étape mapping
- Présentation du projet Label
- Présentation du projet Maison du Cognac Digitale

→ A valider : Budget

3) Salon International de l'Agriculture

→ A valider : Budget

4) Point d'étape site internet et extranet

5) Points divers :

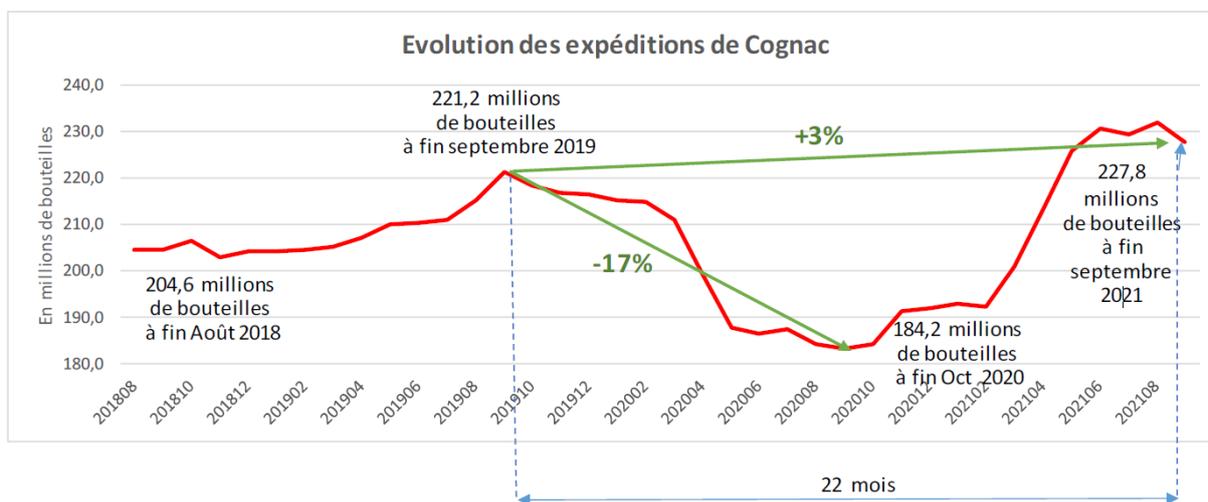
- ⇒ Elections CCI
 - ⇒ Chine
 - ⇒ SCoT
-

1. Mot du Président

La campagne des vendanges 2021 touche à sa fin et affiche un rendement moyen à 10,8HlAP/ha contre 11,76 prévu par le business plan. Une partie de la réserve climatique sera probablement libérée cette année.

Les expéditions de cognac s'élèvent à 227,8 millions de bouteilles à fin septembre 2021. Elles étaient tombées de 221,2 millions de bouteilles à fin septembre 2019 à 184,2 millions de bouteilles à fin octobre 2020.

Ces variations sont le reflet de la très forte résilience de la région.



La soirée réunissant les CEO¹ des Grandes Maisons proposée au Conseil d'Administration du SMC a été l'occasion de nous présenter leur vision actuelle du marché :

- Belle résilience de la catégorie avec les principaux moteurs US et Chine
 - En Chine le Cognac est le 2^{ème} spiritueux de cœur après le Baijiu
Prévision de +25 millions de consommateurs de premiums spirits chaque année
 - ⇒ Aux US : il est le 4^{ème} spiritueux de cœur
- La catégorie est vectrice d'emploi dans le monde
- Taux de pénétration de 3% dans les premiums spirits (25% pour la tequila) ce qui nous laisse encore de belles perspectives sur les marchés

Voici en résumé les constats qu'ils ont pu faire sur les 17 derniers mois :

- Développement consommation à la maison
- Accélération e-commerce : augmentation nombre de points de distribution
- Bonne gestion de la crise par la Chine
- Développement du tourisme interne : Chine (Aynam) + France (Spiritourime)
- Accélération de la transformation : télétravail, visioconférence, augmentation de l'utilisation des outils digitaux, et forte prise de conscience RSE

Le collectif est l'un des objectifs les plus importants. Faire connaître la catégorie en France est un enjeu collectif. Le Cognac est le 1^{er} spiritueux d'Europe, il représente une part de 75% des exportations de spiritueux français et 25% des exportations de vins et spiritueux français. Notre poids économique est fort mais nous avons un véritable challenge en termes de connaissance de

¹ César Giron (Martell), Jean-Jacques Dubau (Campari), Philippe Farnier (Rémy Martin), Albert Baladi (Beam Suntory)

notre catégorie que ce soit chez les français ou chez nos politiques en général. Nous devons amplifier notre poids et notre présence en France.

2. Validation ODJ et Compte-rendu avril 2021

Validation de l'ordre du jour et du compte rendu de l'AG d'avril 2021.

3. Projets du SMC

Pour mémoire les projets du SMC découlent du Grenelle des PME au cours duquel le manque de différenciation au sein de la catégorie avait été relevé comme la principale problématique. Une réflexion a donc été menée au sein des groupes de travail SMC, lesquels ont abouti à la proposition de trois projets (**Cf. Annexe**).

- **Projet Mapping** : principe de réalisation et de financement sur le poste "autres prestations » validé en juin 2021. Les premières réunions de travail avec le panel et le groupe d'expert se sont tenues à partir de la rentrée et ont permis d'identifier des premières portes d'entrée. .
- **Projet Label** : principe de réalisation validé en juin 2021, sous réserve de succès du mapping. Lorsque le mapping, sera finalisé, il sera proposé de poursuivre les projets du SMC et de travailler sur la charte d'utilisation de cette marque collective.
Il est proposé que ce projet soit financé par prélèvement (66K€) sur les réserves du SMC.
- **Projet Maison du Cognac Digitale** : principe de réalisation de ce projet non validé à ce jour Il avait été demandé que soient réalisés des recherches d'approfondissement et notamment en termes de structuration juridique. De premiers éléments juridiques sont présentés. Un business model devra également être travaillé.
Trois options sont envisagées pour le site vitrine : site de e-commerce externalisé, e-boutique ou marketplace

Le détail de la présentation des projets du SMC et des précisions juridiques figurent dans la présentation jointe.

Décision : la proposition de financement du label par prélèvement sur les réserves est validée à l'unanimité.

4. Salon de l'agriculture

Le **Salon International de l'Agriculture (SIA)** est considéré comme une vraie **vitrine stratégique** pour la France. Il présente en effet les avantages suivants :

- Unique salon de ce type au niveau européen.
- En moyenne plus de **600 000 visiteurs français et internationaux** (consommateurs et professionnels)
- Très forte et large **couverture médiatique** avec la présence de nombreux stands relais et télévision (RTL, Public Sénat, Campagne TV, France3 et France Ô)
- Présence de **personnalités politiques**
- **Vitrine des savoir-faire français**
- Véritable **outil de communication** sur la diversité de la production française

Détail de la présentation du SIA dans le Powerpoint joint.

La FFS, qui renforce sa stratégie institutionnelle, nous propose de mettre en place un stand FFS dédié aux spiritueux afin de faire connaître les spiritueux, nos **savoir-faire** et la **diversité** de nos marques tout en mettant en avant les actions de **Prévention et Modération**.

La FFS est accompagnée par une entreprise spécialisée dans les affaires publiques (KAIROS) qui s'est montrée très efficace dans l'obtention de rendez-vous avec des personnalités publiques/politiques.

Objectifs de la participation au SIA :

- Valoriser l'image de nos Maisons de négoce :
 - ✓ Rappeler le lien avec l'agriculture (poids dans les politiques françaises et européennes)
 - ✓ Valoriser nos savoirs- faire
 - ✓ Valoriser la diversité des Maisons (objectifs SMC)
- Gagner en influence (objectifs SMC)

Le coût global de la participation au SIA a été évalué à 520 K€ avec les modalités suivantes :

- 290 K€ apportés par le secteur français dont
 - 6 entreprises (PR, MH, B, RC, BF, Ch)
 - 2 secteurs dont le SMC pour 50 K€
 - La FFS pour 50 K€
- 230 K€ apportés par l'Europe (ESCLG)

La participation du SMC s'élèverait à 50 000€

La proposition de participation du SMC au stand de la FFS au Salon International de l'Agriculture (SIA) dans la limite de 50 000 € a été acceptée le Conseil d'Administration du 1^{er} septembre.

Il est proposé à l'Assemblée Générale de donner son accord à la participation du SMC au stand de la FFS et de financer sa participation sur les réserves du SMC..

Discussions :

J-P. Cointreau insiste sur le fait la participation de la FFS au SIA dans les années ultérieures renforcerait l'action, néanmoins aujourd'hui il est difficile de savoir si ce premier essai sera un succès.

Une partie du stand sera consacrée au BtoC mais la majeure partie sera dédiée aux invités institutionnels

Obtenir un engagement plus fort de la part des politiques et ainsi pouvoir peser plus lourdement dans les débats de crises (exemple : taxe et US) voir même prévenir ces crises en amont constitue un véritable objectif à atteindre. (A. Gabriel)

J-E. Godet rejoint A. Gabriel et complète en soulignant la non prise en compte des politiques de ce que notre produit peut apporter à la France. Nous pourrions mettre l'accent sur le développement du lobbying au service de notre catégorie.

Le développement des affaires institutionnels constitue un axe de travail très fort de vos organisations professionnelles, qu'il s'agisse du SMC, du BNIC ou de la FFS. (T. Métais)

La dimension de l'emploi et de l'attractivité de la région pourrait être à intégrer dans les messages. (P. Jouhaud)

Un travail est en cours sur les messages à porter aux différents politiques qui seront rencontrés lors de cet évènement. Une coordination avec le BNIC sera réalisée afin d'éviter les redondances et de s'assurer de la cohérence des messages. Le SMC est également impliqué pour s'assurer de la bonne représentation des Maisons et de l'image véhiculée sur le stand. (T. Métais)

Décision : la proposition d'une participation du SMC au stand de la FFS au SIA et son financement par prélèvement sur les réserves est validée à la majorité avec une opposition.

5. Point d'étape site internet et extranet

Mathieu Doyen, directeur de projet digital de Label Agence, présente le travail qui a été réalisé sur la construction du site internet / extranet du SMC sur la base des maquettes qui ont été réalisées.

Dans le site vitrine vous retrouverez entre autres :

- Une vidéo de présentation « *Qu'est-ce qu'une Maison de Cognac* »
- Les projets engagés du SMC
- Une présentation des Maisons adhérentes
- Une présentation du SMC et son organigramme
- Les actualités de la filière
- Les contacts

L'intranet vous permettra d'accéder notamment aux éléments suivants :

- L'agenda du SMC
- Les comptes-rendus et relevés de décisions des Conseils d'Administration, réunion de Famille et Assemblées Générales, tous autres documents utiles
- Les actualités de la filière
- Un annuaire

La version finale du site internet et de l'extranet sera présentée au mois d'avril 2022 lors de l'Assemblée Générale du SMC.

6. Point divers

Chine

Dans le cadre de la nouvelle réglementation d'enregistrement des exportateurs en Chine, un guide pratique rédigé par les services du BNIC a été envoyé aux différents opérateurs de la filière.

La procédure reste encore floue sur certains aspects et le site d'enregistrement parfois instable. SMC et BNIC sont à disposition pour toutes interrogations.

SCoT

A ce jour le SCoT Grand Cognac et Rouillac prévoit 60 ha pour la filière cognac quand les besoins sont estimés à 195ha.

Un questionnaire a été diffusé par le SMC afin de vérifier la cohérence de nos demandes avec les besoins réels. Il est important que ce questionnaire soit retourné pour affiner notre demande.

Une enquête publique est ouverte jusqu'au 22 novembre 2021.

Des éléments de langage vont être diffusés pour avoir une base commune qui sera à personnaliser selon votre situation



Elections CCI

Il est essentiel que chacun vote pour les représentants des entreprises à la CCI du mercredi 27 octobre et jusqu'au 9 novembre 2021, afin de garantir la représentativité de la CCI et de lui donner de la crédibilité.

Prochaine Assemblée Générale du SMC : le 16 décembre 2021

Annexe : point avancement des différents projets

