



Les Maisons
de Cognac

FRANCE

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU SYNDICAT DES MAISONS DE COGNAC – 7 AVRIL 2022



16h-17h30 Assemblée Générale Statutaire

1. Rapport d'activité et retour sur le séminaire du CA SMC
2. Arrêté des comptes – rapport du Commissaire aux Comptes
3. Charte du SMC
4. Points divers : Projets SMC et Concours du meilleur sommelier

17h45 – 19h15 Assemblée Générale Publique

1. Accueil par Eric Le Gall
2. Présentation du site internet du SMC
3. Enjeux des spiritueux européens : Ulrich Adams, Spirits Europe
 - Les challenges à l'export pour les spiritueux européens dans un nouvel ordre géopolitique mondial
 - L'OMS, l'Union Européenne et les Etats membres : vers une tempête dans les politiques de santé liées à l'alcool

19h15 Cocktail dînatoire



- **13-2** L'Assemblée Générale Ordinaire ne peut délibérer valablement que si la moitié au moins des membres adhérents sont présents ou représentés
- Chaque membre adhérent ne peut représenter au plus que deux autres membres adhérent

⇒ Lecture des pouvoirs

⇒ Vérification du quorum



Rapport moral du Président 2021



Les moments forts 2021

Janvier

Le SMC emménage @Cocowork, un espace de coworking en plein centre de Cognac.

Delphine LORIN rejoint le SMC pour assurer la mission de coordinatrice



19 mars

Restitution de l'étude Kantar est faite en visioconférence.

Juin

Rencontre Michel Chapoutier & Nicolas Ozanam, Président et Directeur de l'UMVIN. Cette rencontre est l'occasion de tisser des liens solides.



Juillet

- * Soirée des CEO du SMC
- * Soirée conférence export @Rémy Martin
- * Rencontre FFS



Septembre

Le travail sur le Panorama de la diversité des Maisons est lancé



Octobre

Le 1^{er} Séminaire du Conseil d'Administration du SMC a lieu @Château Kirwan. C'est également l'occasion de rencontrer les représentants de Bordeaux Négoces.

Novembre

Premier séminaire des communicants du SMC.



Nos objectifs

RÉUNIR - FÉDÉRER

- **Favoriser** l'entraide
- **Développer** des groupes de travail et des task forces
- **Organiser** des événements internes



TRAVAILLER SUR LES PRIORITÉS DES MAISONS

- **Innover et transmettre durablement** nos pratiques
- **Développer** l'Appellation
- **Faire rayonner** le territoire et l'appellation



GAGNER EN INFLUENCE

- **Développer** les partenariats avec les institutions et les organisations professionnelles nationales et européennes





Rapport d'activité 2021

RÉUNIR - FÉDÉRER

TRAVAILLER SUR LES PRIORITÉS DES MAISONS

**Innover et transmettre
durablement** nos pratiques

Développer l'Appellation

Faire rayonner le territoire et
l'appellation

GAGNER EN INFLUENCE

- Groupes de travail PME avec 3 projets dont 1 qui est en cours d'aboutissement
- Groupe de travail et clubs : DRH, Responsables de domaine, Sécurité, Bilan carbone
- Des événements : Rencontres CEO, conférence Export, ...
- Un site internet et un intranet que nous lançons aujourd'hui
 - Recensement des engagements environnementaux des maisons
 - GT bilan carbone : définition des 1ers objectifs
 - Brief module Demande
 - Travail sur le SCOT -PLUI (Co-lead SMC/BNIC)
 - Restitution Kantar / Conférences export – réalisé – à poursuivre
 - Projet Mapping => Panorama des Maisons
- Adhésion/partenariat avec les organisations professionnelles : FFS, UMVIN, FEVS
- Liens : Spirits Europe, Discus
- Rencontres charentes
- Engagement dans le Salon de l'Agriculture



- Approuvez-vous le rapport moral du président?



Comptes SMC 2021

Arrêté des comptes 2021 (1/2)

COMPTE DE RESULTAT	BUDGET	REALISÉ	Ecart budget - réalisé	REALISÉ	ECART 2020 vs. 2021
ENCAISSEMENT	2021	AU 31/12/2021		AU 31/12/2020	
Cotisations ahérents	350 000	350 000	0	354 113	
Convention BP & MG	6 600	6 600	0		
Autre produits		5	5	26 340	
TOTAL ENCAISSEMENT	356 600	356 605	5	380 453	-23 848
DECAISSEMENT					
Autres achats et charges externes	196 605	175 171	-21 434	94 570	80 601
Loyers	14 000	14 575	575	2 630	11 945
Déplacement et représentation	8 000	7 885	-115	6 708	1 177
Frais administratifs	6 000	5 055	-945	135	4 920
Honoraires PWC	7 000	6 096	-904	4 506	1 590
Honoraires CAC		3 600	3 600		3 600
Site internet	20 000	27 600	-240		27 600
Maintenance site internet	10 000	2 640			2 640
Autres prestations	40 000	46 207	6 207	30 540	15 667
Kantar		5 400	5 400		
1er projet SMC - Mapping		12 507	12 507		
2ème projet SMC - Label					
3ème projet SMC - Site					
Séminaire SMC		8 300	8 300		
AG SMC					
SIA		20 000	20 000		
Cotisations CNVS, FFS & FEVS	85 000	56 433	-28 567	45 052	11 381
Véhicule	6 605	5 080	-1 525	4 999	81
Salaires charges comprises	150 000	158 052	8 052	89 141	68 911
Amortissement	1 500	922	-578	492	430
TOTAL DECAISSEMENT	348 105	334 145	-13 960	184 203	149 942
SOLDE TRESORERIE	8 495	22 460	13 965	196 250	-173 790

Arrêté des comptes 2021 (2/2)

BILAN	Brut	Amort / dépré	2021	2020	Var. € 2020-2021
Autres immobilisations corporelles	2 773	1 440	1 333	1 804	-471
Autres immobilisations financières	1 160		1 160		1 160
Actif immobilisé	3 933	1 440	2 493	1 804	689
Créances	100		100		
Disponibilités	472 143		472 143	396 839	75 304
Actif circulant	472 243		472 243	396 839	75 304
TOTA ACTIF	476 177	1 440	474 736	398 643	75 993

Report à nouveau		378 707	191 908	186 799
Résultat de l'exercice		22 460	196 250	-173 790
Capitaux propres		401 167	388 157	13 010
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		37 440	3 600	33 840
Dettes fiscales & sociales		36 130	6 885	29 245
Passif circulant		73 570	10 486	63 084
TOTA PASSIF		474 737	398 643	76 094



Rapport du Commissaire aux Comptes



- Approuvez-vous les comptes 2021?



Retour sur le séminaire SMC 2021



- **Vision à court terme** : affiner les objectifs fixés – identifier ce qui est superflu, ce qu’il faut renforcer
- **Vision à 5 ans** : Feuille de route à 5 ans avec
 - ✓ Votre vision
 - ✓ L’image du SMC (celle que vous souhaitez donner/ que le SMC véhicule)
 - ✓ Auprès de qui?
 - ✓ Son positionnement, son champ d’action, sa légitimité
 - ✓ Ses actions

Que voulez-vous faire du SMC ? où en sera-t-on dans 5 ans et comment y va-t-on?



Retours du séminaire à chaud

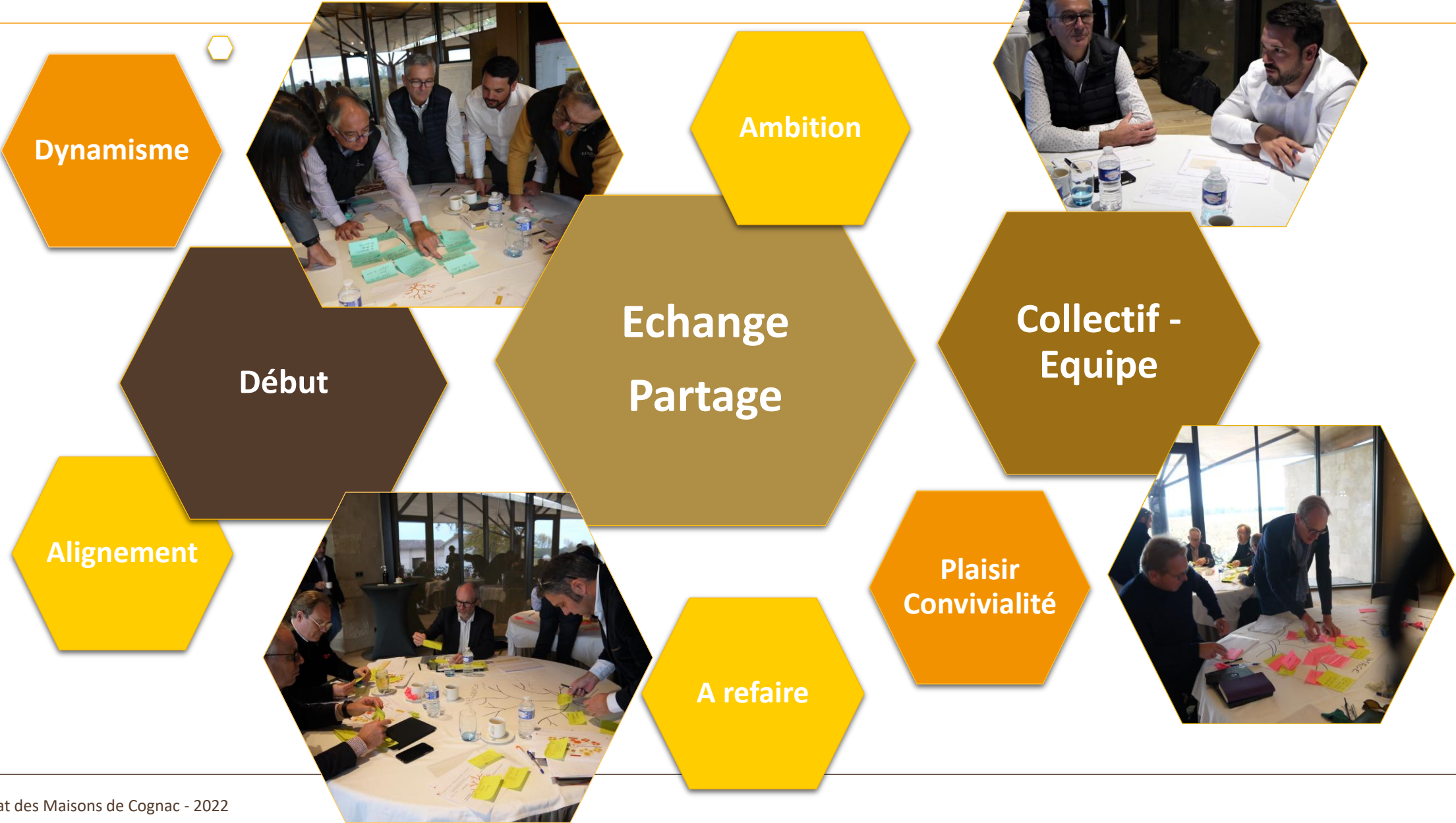
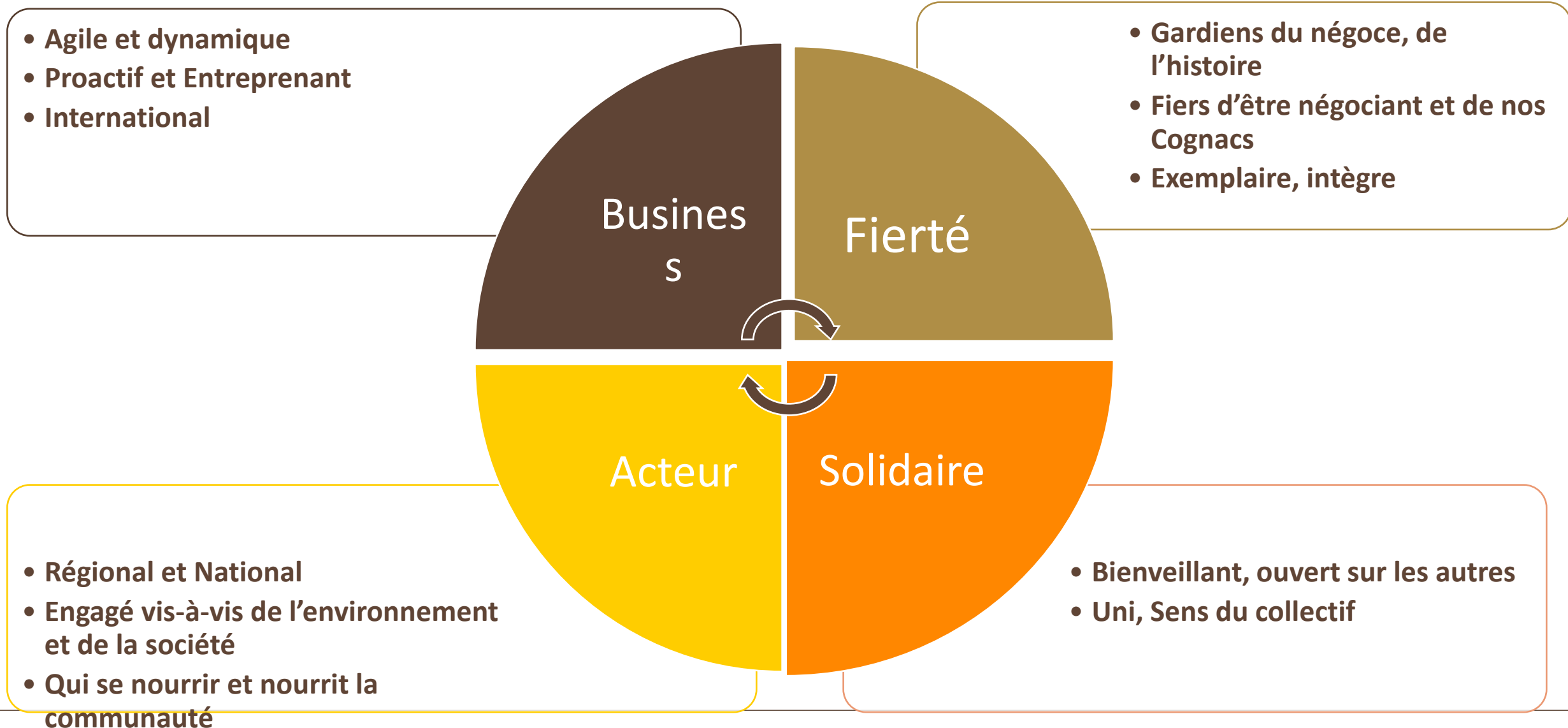
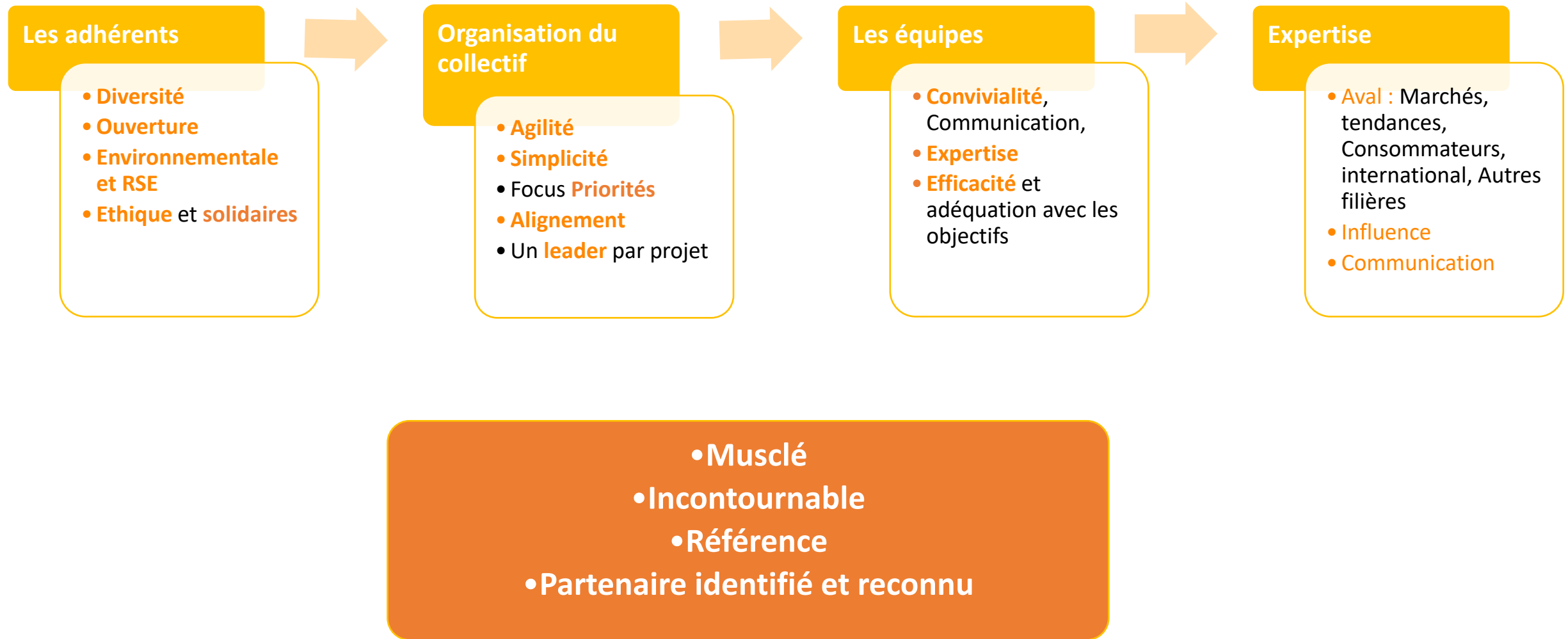




Image : les valeurs du SMC







Vos attentes en termes d'actions

Culture consommateur, marché et produit

- Conforter et promouvoir la **diversité**
- Mise en avant des **savoir-faire**
- Développer l'**oenotourisme**
- Equilibrer Amont et Aval => le consommateur au cœur des discussions du BNIC

Production, environnement et RSE

- Sécuriser les **approvisionnement** et l'accès au **foncier**
- Harmoniser les exigences sur l'amont
- Perception positive des maisons en termes de **développement durable**
- 100% **RSE**

- **Evènements sur ces thématiques**
- **Aller au bout des 3 projets issus du Grenelle des PME**
- **Charte SMC et engagements RSE**



Influence : objectifs du SMC

Risques majeurs

- Géopolitiques
- Environnement et RSE
- Taxes et réglementation techniques
- Alcool et santé





BNIC : Convaincre et intégrer dans nos enjeux

- Europe et National
 - Institutions consulaires Chambre de l'agriculture (et UGVC)
- Partenaires : Les familles de la filière, les Interprofessions – CNIV



BNIC et SMC : convaincre et intégrer nos enjeux

- Collectivités territoriales
 - Institutions étatiques locales
- Partenaires : UGVC, Filières connexes



SMC : des partenaires

- Filière – BNIC, UGVC, SBP, SMG...
- Institutions consulaires, notamment Chambre des métiers et CCI
- Organisations professionnelles : spécialisées nationales et européennes, locales négoce et généralistes
- Banquiers, commissaires aux comptes



Influence : les messages

Qui nous sommes

- Expéditions, chiffre d'affaires
- Perspectives de développement : nos ambitions, le business plan
- Emploi
- Image à l'export

Nos engagements

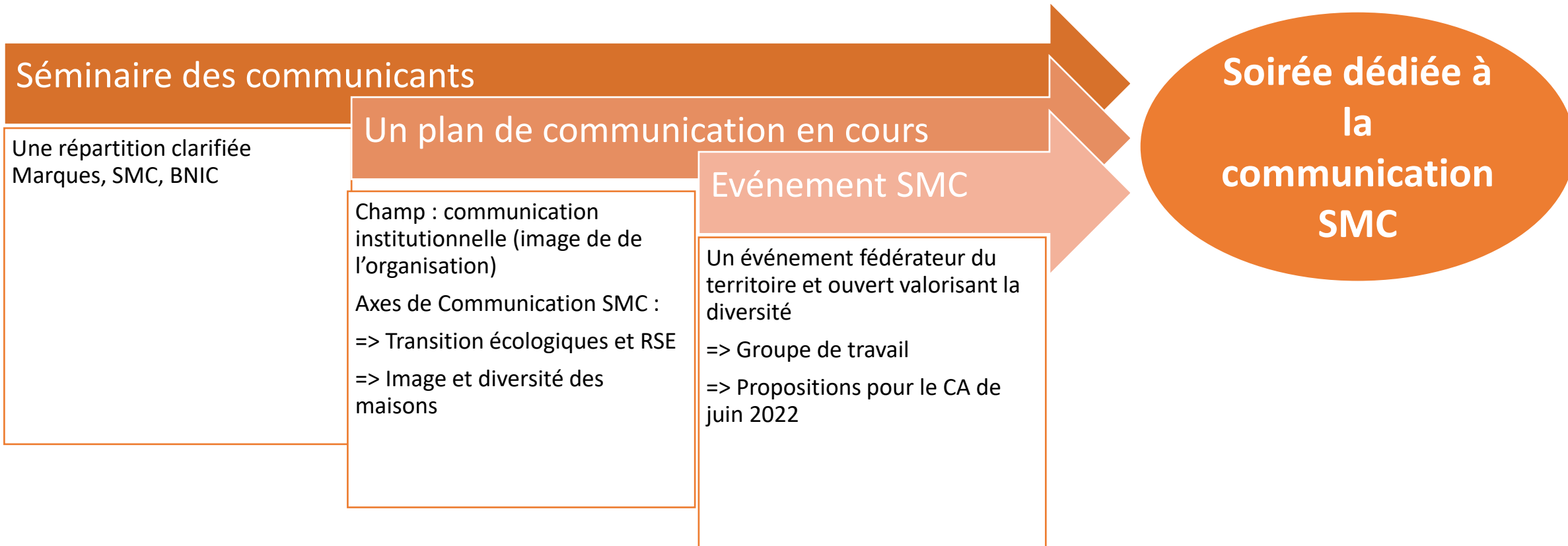
- Croissance harmonieuse de la catégorie
- Partage de Valeur
- Diversité
- RSE : nos engagements sociétaux et environnementaux

Ce que nous voulons

- Être partenaires
- Construire ensemble
- Soutien au développement de nos activités
- Faire des institutions des ambassadeurs



Communication du SMC



Structure :

Préambule

1. Respect de la réglementation et des engagements collectifs
2. Partage d'information et contribution à la réflexion collective
3. Confidentialité et loyauté
4. Concurrence loyale et déontologie confraternelle
5. Contribution à la protection des marques et de l'appellation

Modalités d'application :

- La charte fait partie intégrante des statuts.
- Son respect fait partie des conditions à la qualité de membre du SMC '

=> Les statuts prévoiront les modalités de traitement en cas de non respect de la charte sur la base des principes suivants :

- Principe de progressivité en fonction du manquement
- Préparation par le bureau
- Décision par le conseil au 2/3 (suffrages exprimés) 10/15 sans exclure la Maison concernée



- **CA SMC 1^{er} avril 2022 :** Validation de la charte par le CA
- **AG du 7 avril 2022** Validation en AG

=> Signature par l'ensemble des membres

- **Juin 2022** Travail sur les statuts par le GT (modalités d'application de la charte)
- **CA Juin 2022** Validation des modalités par le CA SMC
- **Septembre 2022** Finalisation des statuts en GT
- **Septembre – Octobre 2022** Validation des statuts en CA SMC
- **Décembre 2022** Validation des nouveaux statuts en AG SMC



Projets du SMC : prochaines étapes



Résultat

- + montre la diversité des Maisons et du Cognac, outil simple d'utilisation
- Esthétique

Prochaines étapes :

1) Préalable : Sécuriser les aspects juridiques avec l'Assemblage

2) Intégration au site internet du SMC

- Sécuriser l'aspect « tarif » (PVC ou tranches tarifaires sur site institutionnel)
- Ajout des liens vers les sites institutionnels des Marques et Maisons
- Intégration et travail sur le graphisme par Label Agence

3) Test sur une plateforme de e-commerce type Drinks&Co

=> mandat pour présenter une proposition budgétée – objectif du test :

- Vérifier la pertinence de l'outil
- Récupérer des datas sur les utilisateurs
- Amplifier la valorisation de la diversité / créer un événement autour de cet outil



Lancement du 2^{ème} projet : Label « Small is beautiful »

Volonté de poursuivre la dynamique

Rappel : budget validé de 66 K€

⇒ **Proposition de lancement du 2^{ème} projet** après une 1^{ère} étape : préciser les attendus du Label

⇒ **Un atelier de co-construction**

- Accompagnement par une agence spécialisée à identifier
- Proposition de maintenir l'équipe Groupe d'expert Panorama
- **Objectif** : définir précisément le cahier des charges du Label



ASSOCIATION
DE LA SOMMELLERIE
INTERNATIONALE

15/02/2022

Contiko for UDSF

1



Les Maisons de Cognac ont le plaisir de vous accueillir pour leur
Assemblée Générale

17h45 – 19h15

Accueil par Eric Le Gall

Intervention Jean Pierre Cointreau : retour sur le Salon de l'Agriculture

1. Présentation du site internet du SMC
2. Enjeux des spiritueux européens : Ulrich Adams, Spirits Europe

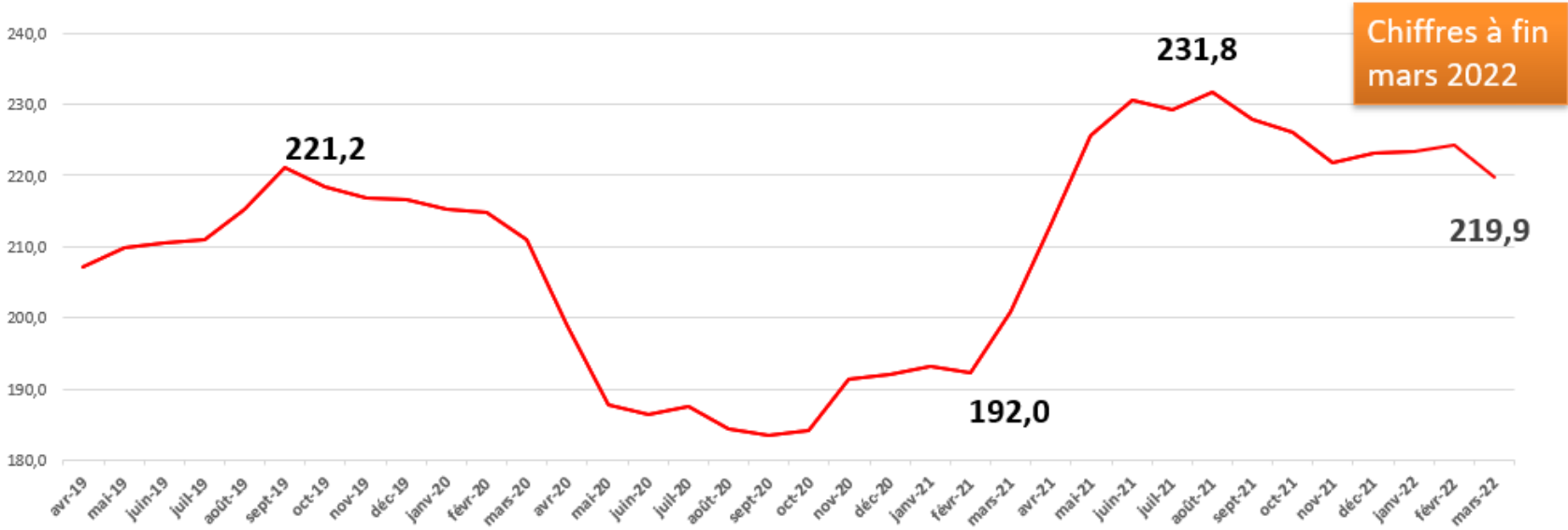


BNIC COGNAC FRANCE

1. CHIFFRES COGNAC

Nombre de millions de bouteilles
expédiées

Evolution des expéditions de Cognac
depuis 3 ans



Cumul glissant sur les 12 derniers mois



Géopolitique

- US
- Chine
- Russie

Alcool et Santé

(OMC, Europe, France)

- Promotion de la consommation responsable

Se développer durablement

- Diversité des Maisons
- Environnement
- Attirer les talents



Le Salon de l'Agriculture



- Démontrer les liens naturels entre l'industrie des spiritueux et l'agriculture française
- « Faire filière », prise de parole commune
- Instauration d'un dialogue avec toutes les parties prenantes (économiques, politiques, médiatiques, société civile)
- Identifier la nouvelle génération politique post-élections 2022
- Améliorer la réputation du secteur
- Meilleure écoute et prise en compte de nos enjeux

Présences sur le stand - Politique

- 11 Ministres et 12 ministères représentés ;
- 6 candidats à l'élection présidentielle (8 représentés) ;
- 3 administrations de tutelle (DGE ; DGPR) et l'ADEME ;
- 43 Parlementaires ;
- 4 Députés Européens ;
- Une centaine d'assistants parlementaires.
- 4 délégations territoriales représentées : Rhône-Alpes, Eure-et-Loir, Charentes, Anjou

Personnalités d'influence :

- 3 ambassadeurs (Chine, Tunisie, Etats-Unis, Cuba) ;
- François Hollande, François Bayrou, Ambroise Méjean, Guillaume Gomez, Christiane Lambert.





Prévention & Moderation	Brasseur de France	FEVS	UMC	CIVC et UMC – Champagne, CIVB
Comexposium	So Wine	Adelphe	CPME	ADEME
	FNSEA	Spirits Europe	...	

Ulrich Adams, Spirits Europe

- Les challenges à l'export pour les spiritueux européens dans un nouvel ordre géopolitique mondial
- L'OMS, l'Union Européenne et les Etats membres : vers une tempête dans les politiques de santé liées à l'alcool





Merci de votre participation