



Les Maisons
de Cognac

FRANCE

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023

Syndicat des Maisons de Cognac

Edito

Au cours des quatre dernières années, nous nous sommes concentrés sur trois priorités essentielles : renforcer notre collectif, travailler de concert sur nos objectifs communs, et tisser des liens plus étroits avec les institutions. Ces efforts ont porté leurs fruits, et je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers chaque Maison pour leur engagement et leur contribution à nos travaux. Sous la direction éclairée de Tatiana Métais, Pauline Grimbert et Coraline Chapron, notre syndicat a progressé de manière significative. Nous avons consolidé nos structures internes, intensifié la communication latérale, renforcé nos relations avec les instances locales et nationales en s'affirmant comme un acteur incontournable et mis en évidence la diversité des Maisons de Cognac comme une grande richesse.

Le SMC est donc devenu par son travail, sa capacité à rassembler, à animer, l'interlocuteur privilégié de l'ensemble des 42 Maisons de Cognac face aux institutions locales, régionales ou nationales, et face aux fédérations de vins et spiritueux. La maturité collective est maintenant en place et nous permettra d'aller encore plus loin dans l'atteinte de nos objectifs RSE, la défense de nos intérêts, le développement de nouveaux marchés, l'affirmation de la diversité de la catégorie sur ses bases locales et en France.

C'est cette réussite collective et le profond sentiment que nous pouvons encore faire beaucoup plus qui m'ont motivé à candidater pour un nouveau mandat de Président et au-delà du travail d'acquisition de nombreux dossiers, mon rôle consiste à m'assurer des équilibres, de la prise en compte de toutes les problématiques tout en restant conforme à notre feuille de route et nos priorités. Je suis honoré de la confiance renouvelée de l'ensemble des Maisons.

Eric Le Gall

Président du Syndicat des Maisons de Cognac



SOMMAIRE

EDITO	2
MISSIONS & VALEURS DES MAISONS DE COGNAC.....	4
ECONOMIE & MARCHES	5
2023, UNE ANNEE MARQUANTE : LES TEMPS FORTS DU SMC	7
TRAVAILLER SUR LES PRIORITES DES MAISONS	10
ACCELERER LA TRANSFORMATION DE NOS PRATIQUES	11
CARBONE : NOS OBJECTIFS DE DECARBONATION.....	11
RESPONSABILITE SOCIETALE DES ENTREPRISES : VERS UNE CHARTE DES MAISONS	13
IMPLICATION DANS LES TRAVAUX COORDONNES PAR L'INTERPROFESSION.....	14
DEVELOPPER LE COGNAC	15
FAVORISER LE MAINTIEN OU L'EMERGENCE DE CONDITIONS FAVORABLES A LA COMMERCIALISATION	15
FAVORISER LE MAINTIEN OU L'EMERGENCE DE CONDITIONS FAVORABLES A LA PRODUCTION.....	17
RAYONNER AU SEIN ET A PARTIR DE NOTRE TERRITOIRE.....	19
FAIRE RAYONNER LA DIVERSITE DU COGNAC.....	19
DEVELOPPER & RENFORCER LES PARTENARIATS	20
2023 : LA MANDATURE SE TERMINE, VIVE LA MANDATURE !.....	24
LE SYNDICAT DES MAISONS DE COGNAC	26
FONCTIONNEMENT DU SMC.....	27

MISSIONS & VALEURS DES MAISONS DE COGNAC

Nos Métiers



Nos Valeurs



Business

Entrepreneurs du local à l'international



Fierté

Nos Métiers, nos Cognacs



Solidarité

Bienveillants, unis et ouverts



Engagement

Acteur du territoire et de la société



ECONOMIE & MARCHES

L'année 2023 en chiffres



165 Millions (eq.) de bouteilles expédiées



98% à l'export

2 marchés principaux : Etats Unis et Chine



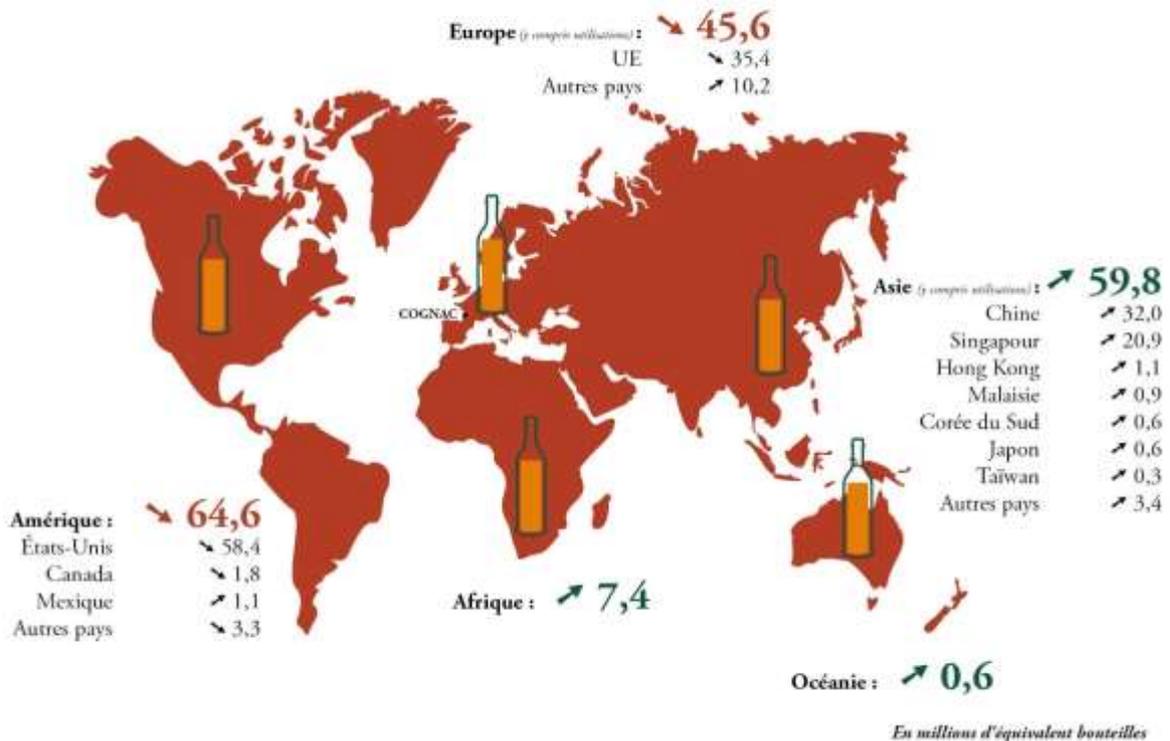
3,3 Milliards € chiffre d'affaires départ Cognac



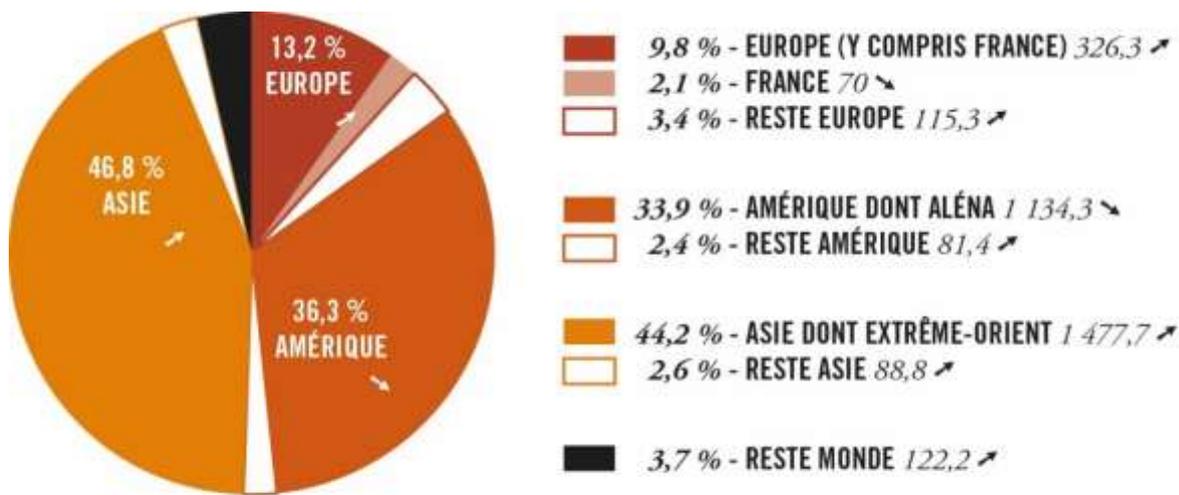
99% des expéditions de Cognac

Chiffres à décembre 2023 – source BNIC

Les marchés en 2023



Source BNIC



En pourcentage - En millions d'euros - ↗ ↘ Tendence de la zone par rapport à la valeur totale

Source : BNIC

L'année 2023 a été marquée par de fortes turbulences, dans un contexte géopolitique et économique mondial très instable. Si le niveau d'expéditions s'était maintenu en 2022, 2023 aura marqué les esprits par la réduction drastique de celles-ci, sans que cela reflète précisément la réalité des marchés.

Aux Etats Unis, la suppression des aides, la situation inflationniste et l'augmentation des taux d'intérêts a réduit la confiance des ménages et des distributeurs. La consommation des ménages s'en est ressentie. Néanmoins, les stocks sont revenus en fin d'année à un niveau normal voire bas tandis que la consommation frémit à nouveau et montre des signes positifs.

La situation en Chine s'est révélée contrastée. Les premiers mois de l'année, marqués par la sortie de la politique 0 covid, ont été plutôt positifs, avec un marché qui se redynamisait partiellement. Cependant le rebond attendu a été contrarié par une situation économique tendue avec un niveau d'inflation nul et une crise immobilière importante ayant impacté la confiance des consommateurs.

Plus que jamais, les Maisons de Cognac sont sur les marchés pour défendre et reconquérir leurs positions sur les marchés phares, mais également pour ouvrir de nouveaux marchés et valoriser leur diversité.

Plus que jamais, la suppression ou l'atténuation des barrières tarifaires et non-tarifaires, l'harmonisation réglementaire et la coopération entre Etats constituent les éléments clés de la diversification des marchés et sont les clés de voûte d'une croissance stable et bénéfique pour toute la chaîne de valeur de la filière.

2023, UNE ANNEE MARQUANTE : LES TEMPS FORTS DU SMC



Février
2^{ème} édition du Salon
International de
l'agriculture pour le SMC

Février
Concours du Meilleur Sommelier
du Monde à Paris
12 maisons du SMC et le BNIC participent
ensemble à ce partenariat



AVRIL

Avril
Assemblée Générale du SMC au
Abattoirs
Plus de 100 participants, adhérents et
représentants des institutions locales sont
venus participer à ce moment important
et fédérateur



Mai

Soirée du SMC au Château Chanteloup, Maison Martell

Conférence Sustainability

Juin

Assemblée Générale et Conseil d'administration électifs du SMC

2 entrants au Conseil : Julien Nau et Staphane Prunier.

Eric LeGall est réélu pour 3 ans



Juin

Accueil du Conseil de l'UMVIN à Cognac

Le SMC accueille les membres du conseil d'administration de l'UMVIN, représentants des négociants des régions viticoles françaises



Septembre
Séminaire du Conseil du SMC
2023.

Construction de la feuille de route de la nouvelle mandature et rencontres avec l'Union des Marques et Maisons de Champagne (UMC)



Décembre
Assemblée Générale de fin
d'année

Une assemblée réservée à nos adhérents pour présenter le bilan négoce de la mandature BNIC, valider les objectifs carbone des Maisons et échanger sur l'écoconception et le réemploi.



TRAVAILLER SUR LES PRIORITES DES MAISONS

ACCELERER LA TRANSFORMATION DE NOS PRATIQUES

CARBONE : NOS OBJECTIFS DE DECARBONATION

Contexte

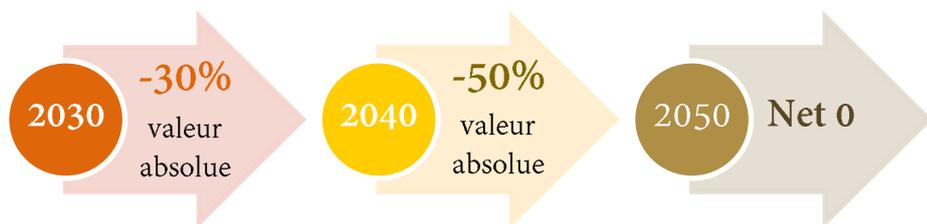
L'urgence climatique est là. La conscience environnementale émerge. S'il fallait s'en convaincre : le nombre de réglementations présentes, en cours de révision, à venir. Pour n'en citer que quelques-unes :

- Système d'échange de quotas d'émission (SEQUE-UE) mis en place en 2005
- Mécanisme d'ajustement carbone aux frontières (MACF) entré en vigueur le 1^{er} octobre 2023 (période transitoire jusque fin 2025).
- Affichage environnemental (ou éco-score) attendu pour 2025
- Taxation des produits énergétiques – (Directive sur la taxation de l'énergie 2003/96/CE du 27 octobre 2003 en cours de révision)

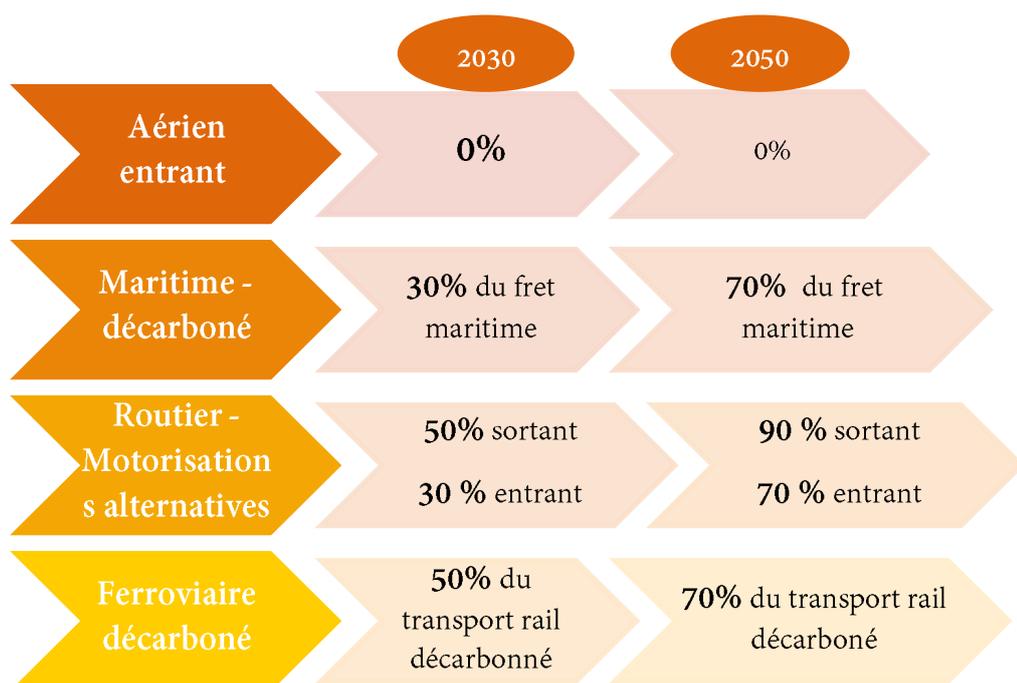
On notera également les **accords de Paris** qui visent à limiter le réchauffement climatique à horizon 2100 « *nettement en dessous de 2°C par rapport aux niveaux préindustriels, et en poursuivant l'action menée pour le limiter à 1,5°C.* »

Ainsi que les initiatives comme **Science Based Target (SBTi)** qui visent à promouvoir l'adoption de stratégies carbone alignées sur une augmentation de la température moyenne de 1,5°C comparée aux niveaux préindustriels.

Sur la base d'un travail initié avec les experts des Maisons du SMC, enrichi par les travaux du BNIC, le SMC a validé ses objectifs de décarbonation concernant les activités négoce, qui comprennent essentiellement le packaging et le transport.



LE FRET : PRIVILEGIER LES MODALITES DECARBONEES, REDUIRE LE TRANSPORT CARBONE



LE PACKAGING

REDUIRE LES EMISSIONS LIEES AU VERRE

2030

REDUIRE LE POIDS DES BOUTEILLES

- -10 % sur le poids moyen hors XO ou de 608 à 548g
- -5% sur les bouteilles XO

- **AUGMENTER LA PART DE VERRE RECYCLE** dans les bouteilles de cognac (base objectifs FEVE)

2040

REVOIR LE MIX VERRE EXTRABLANC/BLANC/COLORE
tel que

- 20% de verre extra blanc
- 50% de verre blanc
- 30% de verre coloré



RESPONSABILITE SOCIETALE DES ENTREPRISES : VERS UNE CHARTE DES MAISONS

Le SMC a initié un travail destiné à établir la charte RSE des Maisons de Cognac.

Qu'est-ce que la RSE ?

Elle est définie par la commission européenne comme l'**intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes.**

Un cadre normatif

Articles 1833 Et 1835 du code civil (issus de la loi Pacte de 2019)

« La société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité. »

« Les statuts peuvent préciser une raison d'être, constituée des principes dont la société se dote et pour le respect desquels elle entend affecter des moyens dans la réalisation de son activité. »

Guides, référentiels, normes, labels, certifications RSE

Publiés, édictés par des instances françaises, européennes ou internationales, ils sont nombreux et on s'y perd : Pacte mondial des Nations unies, principes directeurs de l'OCDE, norme ISO 26000, Label LUCIE (2008, partenariat avec l'Afnor et VIGEO), Label Engagé RSE Afnor, Label Positive WorkPlace (made in France – éthique et bien-être au travail), Label Positive Company +, EcoCert, BCorp, EcoVadis...

L'objectif du travail initié par le SMC : fournir un outil et une base commune adaptée aux Maisons de Cognac qui

- ◆ facilitera pour chacune la mise en place de sa propre charte RSE
- ◆ permettra de valoriser les démarches RSE des Maisons

Avancement et perspectives : Le groupe de travail a identifié les parties prenantes des Maisons et élaboré un questionnaire qui leur sera envoyé afin d'identifier les attentes prioritaires vis à vis des Maisons. Ce travail servira de base à l'élaboration de la Charte.

IMPLICATION DANS LES TRAVAUX COORDONNES PAR L'INTERPROFESSION

L'équipe du SMC et les experts des Maisons sont fortement impliqués dans les nombreux travaux de l'interprofession. 2023 fut très riche sur les sujets environnementaux et nous en évoquerons que deux ... parce qu'il faut choisir !

CEC : LA CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE

Objectif

100% des surfaces certifiées en 2028

Les experts des Maisons du SMC ont contribué à la définition d'une version de la CEC recentrée sur l'atelier viticole. Exigeante, mais allégée sur les aspects administratifs et adaptée aux exploitations viticoles, la CEC est faite par les professionnels du Cognac pour les professionnels du Cognac.

L'objectif intègre les certifications reconnues de niveau 2, telles que HVE ou AB.

DISTILLATION ALTERNATIVE AU FEU NU ET DEI

DEI : nom de code pour Dispositif d'Evaluation des Innovations.

Les Maisons ont initié depuis plusieurs années des expérimentations sur la distillation qui représente 20% des émissions carbone de la filière.

Néanmoins, le chemin est encore long pour parvenir aux objectifs de réduction qu'il nous faut atteindre et les contraintes liées au cahier des charges peuvent parfois freiner le déploiement.

L'INAO souhaite accompagner la filière et propose un Dispositif d'Evaluation des Innovations. Intérêt : expérimenter, pendant une durée déterminée et sous condition et suivi de l'INAO, tout en produisant du cognac qui peut être intégré dans l'assemblage final à hauteur de 10% du volume.

Ainsi à l'issue de sa venue en décembre 2023 concernant l'expérimentation de la distillation avec chauffe à la vapeur par une boucle externe, la CST de l'INAO invite à se saisir largement de l'outil DEI pour cette expérimentation et les suivantes.

FAVORISER LE MAINTIEN OU L'EMERGENCE DE CONDITIONS FAVORABLES A LA COMMERCIALISATION

OMS : VERS UNE DIABOLISATION DE TOUTE CONSOMMATION D'ALCOOL

Le SMC travaille en lien avec la Fédération Française des Spiritueux pour défendre la promotion de la consommation responsable face à la diabolisation indifférenciée de toute consommation d'alcool.

En 2010, les Etats membres de l'OMS ont approuvé la Stratégie mondiale visant à réduire l'usage **nocif** de l'alcool, qui est le fruit d'un consensus international.

La filière des spiritueux est alignée avec l'objectif soutenu à l'origine de réduire de 20% la consommation nocive dans le monde d'ici 2030.

Ce consensus est cependant remis en cause de façon croissante, en ciblant toute consommation d'alcool, même minime, alors considérée comme dangereuse.

- ⇒ OMS : le Secrétariat général de l'OMS fait la promotion exclusive de mesures présentées comme étant les plus efficaces pour réduire la consommation d'alcool par habitant (best buys) : fiscalité, accessibilité, publicité, étiquetage.
- ⇒ Union Européenne : cette volonté de l'OMS se fait sentir fortement, avec l'objectif affiché d'influencer directement les politiques de l'Union Européenne sur l'alcool, alors même que les tendances de consommations dans l'UE sont orientées à la baisse.

Cela conduit à des positions radicales comme celle de l'Irlande qui a adopté un étiquetage sanitaire obligatoire à compter de 2026. Cela dépasse le stade de la prévention puisque toute consommation d'alcool est présentée comme un danger, engendrant des maladies du foie ou des cancers mortels. Alors qu'il n'existe pas d'études scientifiques démontrant que la consommation d'alcool modérée provoque ces maladies, cette initiative stigmatise un secteur engagé dans la modération, fragmente le marché interne, et dépasse la stratégie de l'OMS visant la réduction de la consommation nocive d'alcool.



LA TENTATION FISCALE FRANÇAISE

Entre besoin de trouver de nouvelles sources financières pour le budget de l'Etat et prétexte sanitaire, l'année 2023 encore une fois a vu le débat revenir sur l'augmentation de la fiscalité et du prix des boissons spiritueuses. Ainsi en juillet dernier alors que la filière est déjà fragilisée par une situation post-covid et un contexte géopolitique tendu, resurgisse la possibilité d'un dé plafonnement des droits d'accises, ainsi que celle du prix minimum, deux mesures lourdes pour la compétitivité des entreprises et dont l'effet potentiellement positif pour le budget comme pour la santé est au minimum très discutable.

Le SMC s'est mobilisé aux côtés de la FFS pour démontrer l'absence de pertinence de ces propositions et encore une fois rappeler le caractère responsable de la filière.

Les mesures n'ont finalement pas été retenues, mais une vigilance accrue sur ces sujets sera de plus en plus nécessaire.

DISCUSSIONS, PREVENTION ET MODERATION

Nos filières demandent à être entendues et associées aux discussions relatives aux sujets de santé. A travers la FFS, le SMC souhaite qu'un dialogue puisse être noué avec le Ministère de la Santé.

Avec Prévention et Modération, association créée par les trois fédérations professionnelles des bières, des spiritueux et des vins d'apéritif, un travail est déjà engagé avec les représentants de nombreuses institutions pour favoriser la prévention.

L'association est chargée, auprès des consommateurs de boissons alcoolisées, de :

- promouvoir la consommation responsable, en faisant mieux connaître et respecter les repères de consommation issus des autorités sanitaires notamment;
- prévenir la consommation à risque ;
- dialoguer avec la société civile.



PRÉVENTION
ET MODÉRATION

FAVORISER LE MAINTIEN OU L'EMERGENCE DE CONDITIONS FAVORABLES A LA PRODUCTION

DES REGLEMENTATIONS APPLICABLES AUX CHAIS ... INAPPLICABLES

Alerté en fin d'année 2022 d'une modification du logiciel de modélisation des feux d'alcool, servant aux projets de constructions de chais, FLUMILOG, élaboré notamment par l'INERIS, le SMC s'est mobilisé auprès du BNIC pour que le logiciel soit revu.



En effet, la modification avait pour conséquence d'augmenter la distance nécessaire autour des chais

de manière importante et sans que cela soit justifié par un risque accru. Des échanges constructifs avec l'INERIS ont pu avoir lieu et un travail de révision du modèle a été entrepris. Il devrait être finalisé dans le courant de l'année 2024.

Une seconde alerte est arrivée presque dans le même temps, cette fois concernant la modification de l'arrêté ministériel du 4 octobre 2010 par l'arrêté du 28 février 2022. L'entrée en vigueur était à l'automne 2022, mais les 1ers dossiers remis en question sur cette base l'ont été au 2ème trimestre 2023. Cette modification entraîne 2 modifications particulièrement problématiques parmi d'autres :

- ⇒ L'impossibilité d'appliquer la rétention interne pour les chais de moins de 300m² (articles 25 + 26 bis)
- ⇒ L'obligation de confinement intégral des eaux d'incendie (comprenant les eaux d'extinction, le volume d'alcool libéré et le volume d'eau lié aux intempéries 10 l/m² de surface drainée) dans un bassin de confinement (étanche).

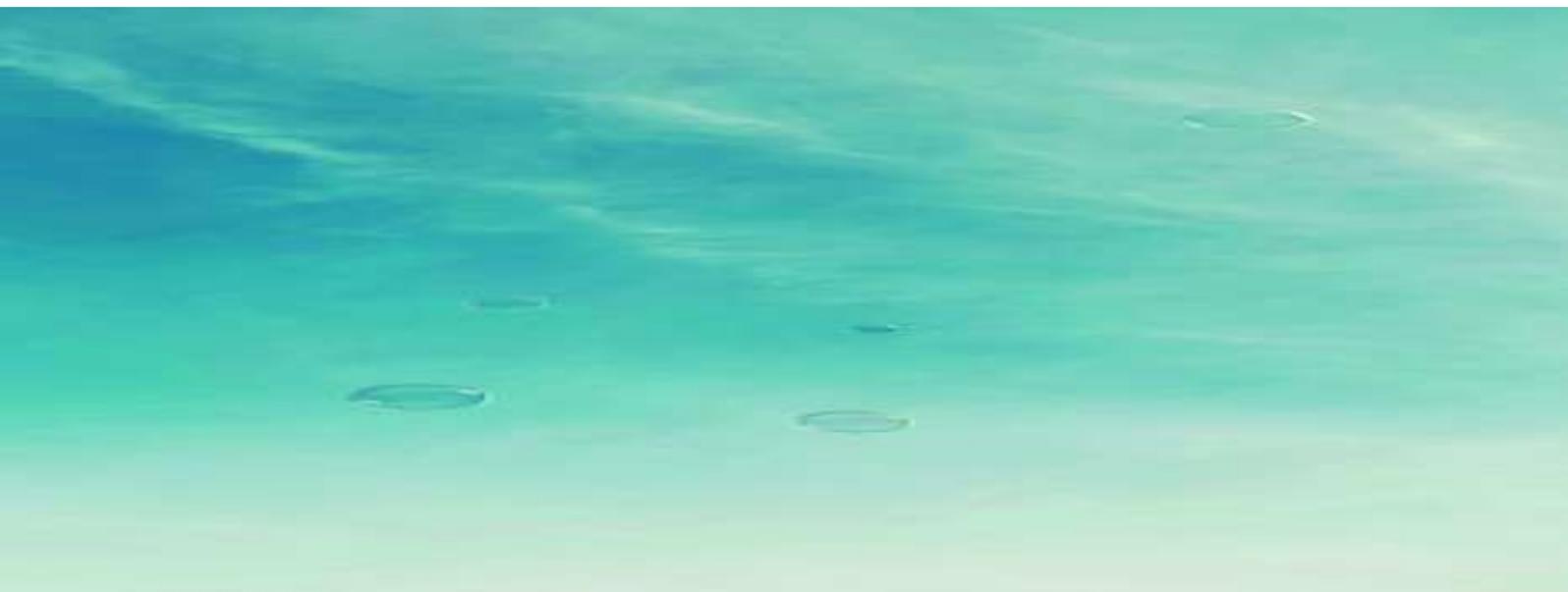
Le SMC et le BNIC se sont mobilisés et ont alerté les institutions locales et nationales sur ce sujet et plusieurs pistes de résolutions sont envisagées. Le SMC sera vigilant à ce qu'elles soient mises en œuvre au plus tôt.

ARRETES SECHERESSE APPLICABLE AUX ETABLISSEMENT CLASSES ICPE

2023 marque également un tournant sur la politique de l'eau. Si les restrictions de consommation d'eau sont fréquentes pendant la période d'étiage, pour la 1ère fois elles se sont appliquées de manière très large à l'industrie. Des restrictions de consommation de 5 à 25% ont ainsi été imposées aux sites les plus importants de l'appellation. L'eau est un élément indispensable à la production de cognac, en particulier sur les activités de distillation et de coupe. Des discussions ont été entamées avec l'administration. Conscientes de leur responsabilité, les Maisons ont déjà fait d'importants efforts de réduction depuis plusieurs années et sont engagées dans la poursuite de ces efforts. Néanmoins les restrictions telles que déterminées et calculées peuvent compromettre la production de cognac.

A ce jour aucune solution pérenne n'a été trouvée, et un plan d'action national est en cours d'élaboration avec la FFS, afin d'alerter nos élus et le gouvernement à plus grande échelle.

Parallèlement, il est essentiel que notre filière soit en ordre de marche pour mesurer et réduire sa consommation d'eau et ainsi démontrer sa capacité à s'autoréguler.



RAYONNER AU SEIN ET A PARTIR DE NOTRE TERRITOIRE

FAIRE RAYONNER LA DIVERSITE DU COGNAC

Le cognac est riche de son appellation et de son terroir. Les Maisons y ajoutent la richesse de leur diversité, de leurs savoir-faire, de leur compréhension des marchés et de leur capacité d'adaptation aux évolutions.

Depuis plusieurs années déjà et plus encore depuis l'épidémie de covid, le consommateur est depuis plusieurs années déjà, en demande d'information sur les produits qu'il consomme.

Aujourd'hui lui donner les informations et valoriser le lieu de production des différentes étapes de production du cognac, c'est à la fois une réponse à cette demande du consommateur et un moyen de valorisation la diversité des cognacs, dans un environnement particulièrement concurrentiel des spiritueux et plus largement des boissons alcoolisées et non alcoolisées.

MENTIONS DE PROVENANCE COMPLEMENTAIRES : VALORISER LA DIVERSITE DES COGNACS ET INFORMER LE CONSOMMATEUR.

Un travail a été mené au sein de la filière sur l'intégration des mentions de provenance complémentaires dans le cahier des charges.

Mention de provenance complémentaires : de quoi s'agit-il ?

Il s'agit de l'indication du lieu de réalisation de l'étape de production (production du raisin, distillation, vieillissement).

L'étape doit obligatoirement être mentionnée à côté du lieu de réalisation. La mention ne doit pas entraîner de confusion avec la dénomination géographique (DGC ou cru) Pour pouvoir utiliser cette mention, cela doit être prévu dans le cahier des charges.

Une décision du comité permanent : un 1er pas.

A l'issue de discussions au sein de la famille du négoce et avec la viticulture, le comité permanent a validé l'introduction des mentions complémentaires de provenance pour les étapes récolte et vieillissement. S'agissant de la distillation, elle est admise si associée à la récolte réalisée dans le même lieu ou s'il agit du nom de l'établissement. La demande de modification a été faite auprès de l'INAO. Elle devra suivre la procédure et entrera en vigueur après décision officielle du Ministère de l'agriculture.

Les règles d'étiquetage seront précisées par voie de recommandation interprofessionnelle.



DEVELOPPER & RENFORCER LES PARTENARIATS

LE SMC RENOUVELLE SA PARTICIPATION AU SALON DE L'AGRICULTURE



Pour la deuxième année consécutive, le SMC a participé au Salon de l'Agriculture, en étant présent sur le stand de la Fédération Française des Spiritueux. Après une première année dont le but était de mettre en avant la filière des spiritueux dans toute sa diversité, et pour le SMC plus particulièrement de valoriser le Cognac et d'en affirmer le leadership, cette deuxième participation avait pour objectif d'institutionnaliser le stand, et d'étendre notre influence.

Ainsi ce ne sont pas moins de 9 ministres, 55 parlementaires et une dizaine d'administrations qui ont été rencontrés. Les liens créés lors de cet événement ont porté leur fruit de manière quasi immédiate, que ce soit lors des échanges sur la fiscalité, mais également pour l'organisation d'un événement sur le thème des spiritueux à l'ambassade des Etats Unis, entre autres.

Le Salon de l'Agriculture est devenu un rendez-vous incontournable pour les Maisons de Cognac, comme pour leurs partenaires institutionnels.



SUR NOTRE TERRITOIRE, UNE FAMILLE DU NÉGOCE UNIE

Trois ans après la signature d'un partenariat entre les syndicats de la famille du négoce (Syndicat des Maisons de Cognac, Syndicat des Bouilleurs de Profession et Syndicat des Marchands en gros), ont décidé de renforcer encore les liens.

Nous avons souhaité faire un point avec les présidents de syndicats et le chef de famille du négoce sur l'intérêt et les attentes vis-à-vis de ce partenariat.



Hervé Bache-Gabrielsen
*Représentant officiel de la
famille du négoce*



Aude de Gironde
*Présidente du Syndicat des
Bouilleurs de Profession*



Eric Le Gall
*Président du Syndicat
des Maisons de Cognac*



Grégoire Lucas
*Président du Syndicat
des Marchands en Gros*

Hervé, un mot d'introduction sur la Famille du Négoce et ce partenariat avant de donner la parole aux Présidents de Syndicats?

Hervé : La famille du négoce est constituée des représentants des 3 activités de négoce que sont celles des Maisons de Cognac, Distillateurs de profession et Marchands en gros.

Je considère que mon rôle, en tant que représentant de la famille du négoce, est d'assurer la défense des intérêts de la famille du Négoce, en recueillir et synthétiser les enjeux, les porter au Comité Permanent, trouver des zones d'accord ou de compromis avec la famille de Viticulture, être le porte-voix du Négoce auprès du Président et du Vice-Président du BNIC.

Je n'étais pas présent à la signature de ce partenariat. Néanmoins, les métiers des adhérents de nos syndicats sont complémentaires et les enjeux souvent communs. Il paraît donc logique et naturel de travailler ensemble et la convention vient simplement l'organiser.

Nous avons de nombreux sujets à travailler ensemble pour l'avenir : La transition environnementale, préserver notre capacité à faire du business et à développer nos entreprises, faciliter l'ouverture de nouveaux marchés

Aude, Grégoire, Eric, comment décririez-vous votre syndicat et votre mission de président de syndicat ?

Aude : Le SBP est un groupement de professionnels de la distillation du cognac ayant à cœur la défense de son AOC et de ses ressortissants. De mon point de vue, être présidente, c'est animer le syndicat avec le conseil d'administration et être son porte-parole dans les différentes instances de la filière et auprès des administrations.

Grégoire : Le syndicat des Marchands en Gros est un syndicat historique de la région de cognac, il a été créé en 1959. Aujourd'hui nous sommes 35 adhérents avec un bureau composé de 8 membres.

Voici un rappel des activités de Marchand en gros: Achat, élevage, vieillissement, assemblage et travail ainsi que vente d'eau-de-vie, portage de stock, prestation de stockage pour compte de tiers, élaboration de cognac « prêt à la mise ».

En tant que président, mon rôle est en premier lieu de porter les intérêts liés à nos activités (principalement tout ce qui touche au stockage), et également de m'investir au sein de la famille du négoce.

Eric : Le Syndicat des Maisons de Cognac, créé en 2008, fédère 42 Maisons représentant 99% des expéditions. Il a pour missions principales de représenter et défendre les intérêts de ses membres et de favoriser les échanges entre les Maisons et avec l'ensemble de leur environnement institutionnel.

En tant que président du Syndicat, je m'attache à répondre aux enjeux des Maisons, à favoriser le consensus pour permettre d'avancer sur ces enjeux de manière efficace.

Qu'est-ce qui selon vous a conduit ou explique à ce partenariat ? Qu'est-ce qu'il apporte ? Qu'est-ce que vous pensez y apporter pour le faire vivre ?

Aude : Ce partenariat était en place avant mon arrivée. Néanmoins, je pense qu'il est essentiel pour notre « région ». D'un point de vue plus opérationnel, il permet de partager les connaissances sur les sujets qui nous préoccupent ainsi que les compétences de chaque syndicat pour enrichir les autres. Il permet également de renforcer les liens entre les différents syndicats, de partager et comprendre les préoccupations et enjeux de chacun, sur cette base, de construire une vision collective de notre filière.

Eric : Le partenariat avec le syndicat des BP et des MG est essentiel pour faire famille au BNIC. Il nous rapproche et il faut apprendre à mieux se connaître. Cela se fait maintenant 4 années avec les deux Présidents mais il faudra élargir aux CA et multiplier les occasions de se rencontrer.

L'efficacité collective passe par une appropriation des dossiers et des échanges constructifs en vue d'un alignement avant de siéger au Comité Permanent du BNIC. Je crois, en dehors de notre bonne humeur et de notre sens collectif, que nous pouvons apporter méthode et approche structurée sur chaque problématique ainsi qu'une capacité de synthèse qui permet à chacun de partager un plus grand nombre de dossiers en vue d'un accord. En fait c'est très efficace.

Grégoire : Je ne sais pas qui a eu cette bonne idée (?!!!), mais je crois que cela s'est fait naturellement et a été très bien accueilli par les membres de notre syndicat.

L'objectif premier de ce partenariat est d'avoir une organisation pertinente et efficace pour les trois syndicats de la famille du négoce. Le partenariat existe depuis déjà 4 ans et nous l'avons renforcé l'an dernier. Il nous

donne entière satisfaction et est devenu une évidence dans notre fonctionnement. Je dirai que la greffe a bien prise avec le syndicat des MG !

Je trouve ce partenariat pertinent à plusieurs titres :

- ◆ Il permet de se coordonner en amont des commissions et des GT au BNIC pour proposer une vision partagée
- ◆ Il nous a aussi appris à mieux se connaître, et à créer du lien et de la proximité entre les 3 syndicats
- ◆ Nous bénéficions des compétences de l'équipe du SMC sur des problématiques spécifiques à notre métier de MG et cela nous permet d'avoir une approche plus structurée et professionnelle

J'espère que nous contribuons aussi de notre côté à faire bien vivre le collectif. Nous sommes des métiers de terrains et avons des connexions avec l'ensemble des acteurs de la filière (distillateur / courtiers / négociants / viticulteurs). Je pense qu'à ce titre nous pouvons mettre à profit notre connaissance globale de la filière. Nous nous investissons également pleinement dans les GT et commissions

Quels seraient les principaux enjeux communs pour la prochaine mandature ?

Eric : Je suis fier de souligner les avancées majeures que nous avons réalisées au cours de la dernière mandature. Dans le cadre de nos engagements RSE, nous avons pris des mesures concrètes pour promouvoir la durabilité et la responsabilité sociale dans nos activités.

Pour l'avenir, nous avons identifié des objectifs stratégiques : revoir notre business plan en tenant compte des contraintes environnementales, développer les marchés et l'attractivité vis-à-vis d'un panel plus large de consommateurs en France comme à l'international. Développer les moments de partage de savoirs et les rencontres, faire de la R&D collective et déployer rapidement les solutions.

Aude : Le premier enjeu pour la Famille sera de reconquérir les marchés et retrouver des niveaux de vente permettant la pérennité des entreprises et plus largement des différents acteurs de la filière. Le second enjeu pour la prochaine mandature sera de tendre vers nos ambitions ENVIRONNEMENTALES (décarbonation, sobriété énergétique et CEC) dans un contexte économique et de marchés très incertains.

Grégoire : L'enjeu N°1 sera d'atteindre nos objectifs pour la préservation de l'environnement (décarbonation et CEC en particulier). Ces 2 points doivent rester la priorité N°1 et notre engagement doit être indépendant du contexte économique de la filière. A plus court terme nous sommes convaincus qu'il sera essentiel de retrouver un équilibre entre la production, les expéditions et le niveau de stock.

Aude, Grégoire, un dernier mot ?

Aude : D'un point de vue très personnel, j'ai beaucoup apprécié l'accueil qui m'a été fait par les membres de la Famille ainsi que par l'équipe du SMC. Je souhaite apporter mon enthousiasme, mes compétences et ma connaissance du produit et des viticulteurs comme contribution aux travaux menés par la Famille.

Grégoire : C'est important d'entretenir cette relation de proximité que nous avons su créer lors des 3 dernières années. J'ai particulièrement apprécié la qualité d'écoute et de respect mutuel entre les membres de la famille

2023 : LA MANDATURE SE TERMINE, VIVE LA MANDATURE !

Une journée pour faire le bilan de la mandature pour la famille du négoce



Le 15 mai 2023, le SMC a organisé à l'Abbaye de Bassac, une journée de travail sur le bilan de la mandature. Une matinée en famille avec les Présidents des Syndicats des Bouilleurs de Profession et des Marchands en gros suivie d'un déjeuner et d'une réunion des conseils d'administration des trois syndicats. L'occasion de partager sur la feuille de route et le bilan des actions menées à travers les différentes instances du BNIC, comité permanent, commissions et groupes de travail.

L'Assemblée Générale électorale du SMC

Le 28 juin 2023, l'ensemble de nos adhérents s'est réuni à l'occasion de notre Assemblée Générale électorale afin d'élire les 10 membres élus du conseil d'administration, lequel a élu à la suite le bureau du SMC.

Deux Maisons intègrent le Conseil d'Administration : COGNAC PLANAT & Co représentée par Julien NAU et la MAISON PRUNIER SA représentée par Stéphane BURNEZ.

Eric Le Gall est reconduit pour une seconde mandature et le bureau est en partie renouvelé. Charles Boinaud prend la Vice-Présidence. Entrent Stanislas de Foucauld au poste de Secrétaire, secondé par Laurent Moulis, son adjoint, et Richard Costa-Savelli au poste de trésorier secondé par François Le Grelle en tant qu'adjoint.

Hervé Bache-Garbrielsen en sa qualité de représentant officiel de la famille du négoce fait également partie du bureau.

Les priorités de la mandature 2023-2026 .

Sur proposition du Conseil d'administration, l'Assemblée Générale du SMC a validé les priorités de la nouvelle mandature. Elles s'inscrivent dans la continuité de la précédente mandature tout en mettant l'accent sur les marchés et la RSE, et cela dans un esprit de conquête.



CONQUERIR LES MARCHES

Réinvestir la France : de la ville au national

Sécuriser les marchés exports principaux et favoriser la conquête de nouveaux marchés

Rendre la catégorie attractive et diversifiée pour l'ensemble des consommateurs.

DÉVELOPPER DURABLEMENT LE COGNAC

Travailler le Business Plan en tenant compte des contraintes environnementales et réglementaires

Préserver l'environnement : bilan carbone, énergie, eau

S'engager sur la RSE : engagement des Maisons et de leurs partenaires

FAIRE RAYONNER LE TERRITOIRE

Renforcer l'internationalité de Cognac : favoriser l'intégration de talents venus du monde entier

Contribuer à l'accessibilité du territoire : développer les offres de transport et logements

Structurer l'offre touristique pour atteindre un million de visiteurs dans 10 ans

LE SYNDICAT DES MAISONS DE COGNAC



MISSION
Défendre et représenter les
intérêts de ses adhérents

Défendre

- la réputation et l'image
- la production et l'accès à l'approvisionnement

Représenter

- Assurer la juste place des maisons dans leur environnement économique et institutionnel

Fédérer

- Organiser la fluidité de la communication entre les Maisons
- Favoriser la concertation
- Promouvoir l'entraide et la solidarité.

FONCTIONNEMENT DU SMC

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DU SMC

- 4 membres de droits pour la production de Cognac : les 4 premiers expéditeurs
 - 1 membre de droit pour les autres usages
- 10 membres élus

LE BUREAU DU SMC



PRESIDENT
Eric Le Gall



VICE-PRESIDENT
Charles Boinaud



SECRETARE
Stanislas De
Foucauld



TRESORIER
Richard Costa
Savelli



**CHEF DE FAMILLE
NEGOCE**
Hervé Bache-
Gabrieelsen

L'équipe du SMC



Chargée de Communication
Coraline Chapron



Déléguée Général
Tatiana Métais



Chargée de Mission
Pauline Grimbert



Les Maisons
de Cognac

FRANCE



Syndicat des Maisons de Cognac

Siège social • 23 allée Bernard Guionnet • 16100 Cognac

Accueil et correspondance • 34 rue Gabriel Jaulin • 16100 Cognac

06 31 32 74 25 • contact@maisons-cognac.fr



@Syndicat des Maisons de Cognac