

UNION CHAMPAGNE

Une nouvelle stratégie pour relancer l'activité

Plusieurs contre-performances ont impacté le résultat de l'exercice 2016-2017 d'Union Champagne, à Avize. Le recrutement d'un directeur général doit contribuer à mettre en place une nouvelle stratégie et optimiser les résultats d'une entreprise qui vient d'intégrer deux nouvelles coopératives et d'accueillir quatre nouveaux négociants.



Une démarche de progrès



↑ Marc Ferté, directeur général, a été recruté pour donner un nouveau cap à l'entreprise.

Lors de son intervention, le directeur général, Marc Ferté, a souligné l'importance d'apporter aux adhérents coopérateurs des services de tous types, un soutien technique, de fournir aux négociants des vins de qualité « à la hauteur de la réputation de notre terroir ». Il a indiqué que ses premiers pas dans l'entreprise lui avait permis « d'identifier et de clarifier un projet d'entreprise... et de fixer un cap à moyen terme qui doit permettre à chacun de s'inscrire dans une démarche de progrès et de performance, claire et comprise par tous. » Parmi ses objectifs figurent le recrutement de nouveaux adhérents, la mise en place d'une stratégie œnologique haut de gamme et l'amélioration des performances techniques et économiques. « Nous devons mieux comprendre le marché et son niveau d'exigence. La construction de De Saint Gall doit nous servir d'étendard. » Un travail qui sera mis en place avec un comité de direction élargi et la réalisation d'un plan à trois ans dont la première année sert de base budgétaire.

Éric Potié, le président de la Fédération des coopératives de la Champagne et Maxime Toubart, le président du Syndicat général des vignerons, ont salué ces efforts de réorganisation qui se font dans un environnement très concurrentiel et une lente érosion des ventes sur le marché français. « La Champagne vend désormais autant à l'export qu'en France et les récoltants-manipulants ont perdu, depuis 10 ans, 28 % de leurs marchés », a commenté Éric Potié, même si les coopératives à potentiel qualitatif parviennent à tirer leur épingle du jeu. Comme Maxime Toubart, il estime qu'il est important d'avoir une interprofession forte et de partager la valeur ajoutée. « Le champagne équitable me semble être la priorité », a lancé le président du SGV.

Pour sa première assemblée générale, le nouveau président d'Union Champagne, Dominique Babé, a dû souffler le chaud et le froid

pour annoncer d'une part une série de contre-performances lors de l'exercice 2016-2017 et d'autre part deux nouvelles adhésions de coopératives et l'accueil de quatre nouveaux négociants. L'entrée dans le giron d'Union Champagne de la coopérative d'Avenay-Val-d'Or avec 58 hectares et 108 coopérateurs et de celle de Cuis avec 17 hectares et 71 coopérateurs a permis d'agrandir le cercle des négociants qui ont accepté les conditions des contrats d'Union Champagne. Il s'agit des maisons Henriot, Boizel, Gardet et Ployez-Jacquemart. « Ceci a pour conséquence d'augmenter de 37 hectares les raisins vendus au commerce », a souligné Dominique Babé dans son rapport moral.

Des signes d'optimisme qui ne feront pas oublier, cependant, « le petit résultat de l'exercice 2016-2017 même s'il se situe dans la lignée de celui de 2015-2016 », a indiqué Dominique Babé qui entend, avec le bureau et le conseil d'administration, optimiser ces chiffres pour revenir à de meilleurs résultats. Le président d'Union Champagne attribue ces contre-performances commerciales à une baisse des ventes inédite à l'Union Champagne puisque 787 000 bouteilles commercialisées « reste le plus mauvais volume de ventes depuis des lustres. N'oublions pas qu'à la belle époque, nous flirtions régulièrement avec les 2 millions de bouteilles, voire même jusqu'à 2,2 millions ». Un bilan décevant dû, en outre, à une baisse d'activité récurrente des associés coopérateurs et à la conclu-

sion d'une transaction qui a mis fin à un litige salarial avec des coûts induits conséquents. Au final le résultat net est de 1 496 779 euros contre 1 777 634 euros en 2016.

Dominique Babé est revenu sur les conditions de la vendange 2017 qui a souffert des excès climatiques et « des contraintes administratives et sociales qui ont pointé leur nez pour influencer la date des vendanges ». Selon lui, « il nous faut encore travailler

et réfléchir pour optimiser le réseau afin de proposer à la profession les meilleurs vins clairs possibles. Il y va de notre notoriété ». Il estime par ailleurs que la sécurité apportée par la réserve individuelle doit permettre un tri plus sévère pour améliorer la qualité de la récolte. « Il est important que ce message entre dans la culture champenoise. »

Sur le plan politique, l'exercice a été jalonné par de nombreuses évolutions. Avec l'arrivée d'un directeur général pour manager l'Union Champagne et

mener à bien les volontés du bureau et du conseil d'administration. Aux yeux de Dominique Babé, dont le recrutement de Marc Ferté a été la première mission dès son élection en février 2017, « le fonctionnement avec un président-di-

recteur n'était plus possible » et peu adapté à une entreprise qui gère 75 salariés, 15 coopératives, des courtiers et des insti-

tutionnels. Pour entourer Marc Ferté et renforcer l'équipe, un directeur commercial export a été embauché le 1^{er} novembre dernier, ainsi qu'un contrôleur de gestion qui a pris ses fonctions le 3 janvier 2018 afin de compléter l'équipe administrative. « La nouvelle équipe a pour mission de booster la valeur et le volume et il n'est pas question de privilégier l'un par rapport à l'autre. » Dominique Babé a annoncé que les investissements de l'exercice 2016-2017

ont été limités à 520 000 euros mais que d'autres sont déjà réalisés sur le nouvel exercice et d'autres ont été votés et verront le jour rapidement. C'est vrai pour l'achat d'une citerne pour optimiser les transports de moûts, pour le remplacement de la chaîne de dé-

gorgement réservée aux flacons spéciaux, voté par le conseil d'administration pour 1,4 millions d'euros et la création d'un parc de palettes fil, avec un premier achat de 1 200 caisses. Des recrutements et des investissements des-

tinés à valoriser la marque et les cuvées De Saint Gall. « Par contre, les volumes réalisés pour les marques distributeurs au sens large, devront prouver leur intérêt économique et dégager des marges. Marges qui peuvent servir par exemple, au développement de la marque De Saint Gall. » ■

Jean Batilliet

RONDE, PLEINE, PERSISTANTE.
UNE CAPSULE
DE GRANDE QUALITÉ

"MIEL"
couleur de l'année 2018

Depuis 1982, chez PE.DI nous convertissons notre passion en technologie et innovation, afin de devenir un vrai partenaire de nos clients. Dès 2018, nous serons au plus près de l'exigence avec notre nouveau site basé au cœur de la Champagne viticole.

Il renvoyer à l'adresse indiquée ci-dessous de SAS PEDIFRANCE

Votre souhaiter essayer nos capsules caprioles ? Nous vous remercions de votre confiance, nous vous enverrons gratuitement nos brochures d'information et des échantillons gratuits. Un petit cadeau sera envoyé pour chaque coupon-réponse reçu accompagné des coordonnées de votre entreprise. Toute l'équipe PE.DI S.r.l. vous remercie de votre confiance.

www.pe-di.com

PE.DI S.r.l.
Via Cuneo 1
10015 Ivrea (TO) - Italia
Tel. +39 0125 631354
info@pe-di.com

SAS PEDIFRANCE
2, Avenue de New York
51530 Pierry - France
Tel. +33 (0)3 26 54 50 27
contact@pedifrance.com