

CHAMPAGNE

La filière coopérative du champagne mise sur le négoce

La Fédération des coopératives viticoles de la Champagne a tenu son assemblée générale. Elle s'alarme des faibles ventes des vignerons.

Il n'y aura pas de grands chambardements, en 2016, dans la politique menée par la Fédération des coopératives viticoles de la Champagne (FCVC). Son président Éric Potié a conclu l'assemblée générale de jeudi par un appel à « une continuité, notamment en alimentant le négoce ». Plusieurs ambitions, projets et ajustements non négligeables – la FCVC regroupe 135 coopératives et 14 300 viticulteurs – ont tout de même été présentés par le bureau du FCVC. Tour d'horizon.

1 LES VENTES DES RÉCOLTANTS CONTINUENT DE BAISSER La fédération est revenue sur la situation économique du champagne. Même si les volumes augmentent (+1,7% en 2015), les ventes par les vignobles baissent depuis 2009 et s'éloignent des 33% nécessaires pour atteindre un équilibre avec le négoce. Les pays tiers constituent un marché important mais restent inaccessibles pour les viticulteurs. La FCVC souhaite continuer le développement de marques, avec un travail de communication auprès des récoltants.

2 UN VRAI ACCOMPAGNEMENT POUR LES COOPÉRATIVES LOCALES « Un vrai accompagnement est attendu par les coopératives locales », a assuré Catherine Salhorgne, membre du bureau du FCVC. Une boîte à idées va être distribuée à toutes les coopératives sous forme de fiches, sur la communication ou comment mettre en place une gouvernance efficace, par exemple. Les coopératives pourront ainsi procéder à une autoévaluation. Une formation de trois jours leur sera également proposée pour renforcer ce dispositif, avec plusieurs modules : dé-



Le président de la FCVC, Éric Potié : « Le champagne est un produit d'avenir » D. 6

« Le développement des marques s'inscrit en complément des ventes des vignerons »

Éric Potié, président de la FCVC

tecter ses besoins, convaincre et fidéliser ses adhérents...

3 PASSER PROGRESSIVEMENT À LA VITICULTURE DURABLE « Peu de viticulteurs se lancent dans la certification, mais beaucoup sont prêts à entrer dans une démarche d'autoévaluation sur la viticulture durable », a estimé Xavier Muller, autre membre du bureau. Il pro-

pose d'accentuer la communication autour de ce thème. Ses propos étaient également teintés de politique : « L'évolution des critères ne doit pas être trop rapide, pour ne pas décourager les vignerons. Le viticulteur durable ne doit pas devenir un facteur d'intégration. »

4 LE PROJET « CHAMPAGNE 2030 » La FCVC est revenu le dossier « Champagne 2030 », qui comprend plusieurs propositions d'actions : une augmentation de la qualité, une simplification des flux internes et une valorisation de l'image du champagne. Un véritable plan de bataille pour que la filière garde sa dynamique et continue de se positionner en leader dans les prochaines années.

DAVID GAUTHIER