



Salon Viteff à Épernay

Des solutions pour consolider le succès des effervescents



Nicolas Bouhet présente un Universal Robot pour soulager la tâche des vignerons de petites structures. © DL

C'est une édition de Viteff en pleine effervescence qui s'est tenue du 17 au 20 octobre, avec un vignoble champenois qui continue d'entretenir avec succès son image de marque et consolide son chiffre d'affaires.



Le prix de l'innovation pour Allians Robotics de Thimotée Duguît et Olivier Magnien pour des pièces de robot imprimées en 3D.



À l'heure où les vigneron·ne·s élaborent des bulles se rassemblent dans les allées du Millésimum d'Épernay à l'occasion du Viteff, c'est l'occasion de prendre le pouls de la viticulture champenoise. Le sujet qui occupe encore les esprits, bien que la vendange est terminée, c'est le prix du raisin payé aux producteurs champenois qui a connu pour 2017 une flambée sous l'impulsion de Moët & Chandon. Le plus grand opérateur de Champagne force ainsi le destin de la Champagne et oblige l'ensemble des opérateurs à plus de rigueur dans la recherche des valeurs ajoutées.

L'esprit de l'accord interprofessionnel, entre le Syndicat général des vigneron·ne·s et l'Union des maisons de Champagne, qui « régit les règles entre vendeurs et acheteurs de raisins, moûts, vins clairs ou vins en bouteilles de la campagne 2014-2015 à la campagne 2018-2019 », est selon certains petits négociants bouleversé : « La sécurité et la stabilité de l'approvisionnement, mais à quel prix » s'interrogent-ils ?

Les prix élevés du raisin trouvent aussi leur cause dans un volume de récolte en baisse de 6 % en raison des aléas climatiques, cependant atténué par le mécanisme des

réserves qualitatives. Le prix du kilo de raisin était jugé déjà très élevé en 2016, avec une moyenne allant de 5,50 €/kg jusqu'à 6,26 €/kg pour la cote des blancs.

Plus de 6 € de raisin par bouteille

Le coût de la matière première, évalué en 2016 entre 6,60 et 7,51 € par col de 0,75 l, a encore augmenté pour le millésime 2017. Ajouter aux coûts de production, communication et marketing, élevés en Champagne pour entretenir l'image, le seuil incompressible du prix du col devrait se situer autour de 13 €. Loin donc des super promos et autres opérations spot consenties à l'approche des fêtes par des enseignes de la distribution, peu scrupuleuses et plutôt prédatrices de l'image du champagne, et aussi de celle du crémant d'ailleurs. Plus que jamais, en Champagne, le prix du raisin élevé fixe des obligations pour les opérateurs à valoriser et cultiver la bonne image de marque. Et les oblige à dégager des marges bénéficiaires.

Si les grands opérateurs de la place peuvent réaliser des économies d'échelle, le petit négoce est en revanche condamné à ne pas brader ses champagnes. Et à trouver des marchés à plus grande valeur ajoutée

que la grande distribution en métropole. Les ventes de champagne en France accusent une baisse, le grand export connaît une progression de 14 % au premier semestre 2017. Mais également le marché allemand (+ 5 % en volumes). C'est pourquoi le Viteff proposait un focus sur la consommation des champagnes Outre-Rhin appelée à évoluer très favorablement.

Chiffre d'affaires : de record en record

Au final, le chiffre d'affaires des ventes de champagne est en hausse de 3,4 % sur le premier semestre 2017. La Champagne consolide ses résultats, après que les ventes de 2015 et 2016 ont renoué avec le record historique de 2007. Mais en 2007, il s'était vendu 339 millions de cols (Mcols), alors qu'actuellement il en est à 312 Mcols.

Dans ces conditions, le salon du Viteff constitue un lieu d'effervescence où les tendances de l'innovation technologique et en marketing s'expriment fortement. Point notable, la robotique, déjà bien implantée dans les grandes unités viticoles, s'introduit dans les petites unités et même chez les vigneron·ne·s indépendants avec par exemple Universal Robots, leader mondial des robots collaboratifs : « Notre cible, ce sont les TPE. C'est un robot très simple à programmer. L'UR 3 - 5 ou 10 porte respectivement 3, 5 ou 10 kg avec un rayon d'action de 500, 850 ou 1350 mm », explique Nicolas Bouhet, directeur commercial d'HMI-MBS. Ce robot permet de soulager les tâches répétitives et lourdes comme placer les bouteilles dans un carton. L'organe préempteur de ces robots qui prennent les bouteilles par une, deux ou beaucoup plus, c'est une ventouse. À l'usage, la mécanique est très sollicitée par le poids des bouteilles translattées. C'est pourquoi Duguit Technologies, avec sa filiale Allians Robotics, propose l'impression 3D dans un alliage à base de titane de certaines des pièces du robot très sollicitées. Thimotée Duguit et Olivier Magnien ont reçu pour cela le prix de l'innovation 2017 du Viteff.

Piles à combustibles : l'assurance électrique

Mais pour faire fonctionner ces robots, il faut être sûr de la qua-

Exportation des champagnes : Allemagne, « il y a quelque chose à faire »

Le Viteff proposait cette année un focus sur l'Allemagne. « L'Allemand est un consommateur de soleil, il raisonne en cépage sur la contre-étiquette. Les vins français y ont une très bonne image. Le terroir c'est la touche d'authenticité », explique Denis Abraham, de Business France. « Les effervescents se consomment plutôt après le repas, à domicile. Le rosé est une valeur sûre, car les Allemands sont consommateurs de barbecue. La biodynamie fascine la nouvelle génération de sommeliers. Après les années de crise, les Allemands se remettent à consommer. » Pour David Ménival, directeur du marché de la viticulture champenoise au Crédit Agricole, « l'Allemagne consomme toute sa production et n'exporte pas. C'est le troisième marché d'exportation pour la champagne avec 12,5 Mcols (+ 5 % en 2016). » Mais parce que le prix moyen des ventes d'effervescents, autour de 2,80 €/col, est l'un des plus bas, et que l'Allemagne prend le chemin d'une consommation festive, clairement « il y a quelque chose à faire », souligne le spécialiste des marchés. Si les discounters représentent encore 50 % du marché, ils font évoluer leur offre et leur présentation façon cave à vin. « Il y a donc une réelle montée en gamme. » Quant à la vente en ligne (Wine in black, Belvini) en forte progression (5 % en valeur), elle est un moyen de mieux valoriser les ventes avec une moyenne de 6,68 €/col. Deux maîtres mots résume Philippe Secondé, vigneron de Champagne très exportateur en Allemagne : être patient et persévérant.



Neuro-œnologie du champagne : condamné à ne pas décevoir

Spécialiste de la plasticité du cerveau à l'Institut Pasteur, Gabriel Lepousez intervenait avec le sommelier Philippe Faure-Brac dans une conférence sur la neuro-œnologie, cette discipline transversale qui répond à la question : « En quoi les neurosciences peuvent nous apprendre quelque chose sur le vin ? » Conférence au cours de laquelle les deux intervenants démontrent que le contexte dans lequel on déguste un vin est éminemment important. « L'homme est un animal visuel », explique Gabriel Lepousez. Son cerveau, toujours enclin à prédire le futur, se fie d'abord aux informations visuelles. Ainsi par exemple, la couleur prédispose le cerveau sur les perceptions aromatiques. Ou même le verre dans lequel on déguste le vin prédispose la dégustation. Attention donc à ne surtout pas négliger ce qui entoure la préparation à la dégustation du vin : l'habillage, le type de bouchage, confirme Philippe Faure-Brac. Et attention également à ce qu'il y ait une cohérence entre la qualité du vin, sa présentation et son prix. Une dissociation peut avoir des effets ravageurs sur l'image. L'explication neuro-œnologique réside dans le neurotransmetteur dopamine. Sa libération résulte d'un désir, par exemple au bruit du bouchon. Attention donc au conflit entre le désir et le déplaisir si d'aventure le vin est décevant.



À côté des enjambeurs très lourds, l'offre en chenillettes se diversifie.

lité de son alimentation électrique. Les micro-coupures peuvent causer bien des dommages sur les circuits électroniques, et subitement interrompre un robot qui alors peut lâcher les bouteilles. Gencell équipe les chais d'une pile à hydrogène de 5 kW par module, dont le temps de réactivité répond à cette problématique qui peut causer de lourds dommages à l'entreprise. « Gencell est un groupe électrogène super-réactif et extrêmement performant sur le plan environnemental », témoigne Christophe Labruyère qui distribue la pile. L'hydrogène provient de l'électrolyse de l'eau. Une pile équipe actuellement la maison de Champagne Billecart-Salmon (3 Mcols/an), dont le directeur de production Éric Coelho, a témoigné de l'intérêt. Il faut compter 800 €/mois pour cette pile génératrice, qui constitue en quelque sorte une assurance sur des productions où l'informatique et la robotique deviennent prééminentes et où la charge du réseau de distribution va devenir incertaine. Au chapitre des nouvelles technologies, signalons une tablette, terminal

de paiement SmartPos de Natixis, qui intègre la gestion des stocks, la comptabilité, le conseil clientèle en rayon, présentée par Éric Moine, de la Caisse d'épargne : « Nous misons beaucoup sur cette technologie pour séduire de nouveaux clients vignerons ». Au total, cette édition du Viteff a enregistré plus de 22 000 entrées.

DL



Éric Moine, de la Caisse d'Épargne, mise beaucoup sur le terminal de paiement ultra-connecté Smart Pos.