



# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2012

VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE  
**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2013**







VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE  
**RAPPORT D'ACTIVITÉS 2012**

## EDITO

En année d'élections, les affaires ne sont pas bonnes dit-on. Et certes si l'on regarde sa récolte historiquement basse, la France viticole de 2012 n'a pas été à la fête. Heureusement, ce n'est pas là le seul critère d'évaluation, et d'autres points sont plus positifs comme nos exportations en croissance ou la bonne tenue des cours.

Ces élections auront en tout cas donné du travail à notre pôle syndical puisqu'il a fallu rentrer en contact et faire connaissance avec de nouveaux députés, de nouveaux conseillers et bien sûr un nouveau ministre. Choix heureux pour notre filière quant aux compétences, car ce Ministre est un habitué du Parlement européen et il a su défendre habilement les positions françaises sur la nouvelle Politique Agricole Commune.

Les VIF ont largement fait entendre leur voix dans la chorale française (négociation du Plan National Viticole), mais aussi, via la CEVI, dans le chœur européen : défense des Droits de Plantation et problème des ventes à distance notamment.

Hélas, nous ne sommes pas toujours entendus et il faut ici mentionner un regret : l'adoption par la Commission européenne d'un cahier des charges pour la production de vin bio, sans aucune ambition ni philosophie. Fruit d'un accord a minima, il servira surtout de caution pour flouer gentiment notre patron à tous : le consommateur.

Mais revenons à du positif ! Fidèle à ses valeurs, notre mouvement ne s'est pas contenté de ferrailler sur le terrain politique. Ne perdant jamais de vue que c'est le consommateur qui nous fait vivre, nous avons continué à améliorer son confort dans nos salons. Pour permettre aux vignerons de mieux l'accueillir, nous avons aussi édité un guide – le deuxième sur ce sujet – intitulé « devenir un pro de l'œnotourisme ». Enfin, lors de nos Rencontres nationales, sur le thème de la relève, nous avons étudié les comportements des nouveaux consommateurs, et nous développons les outils « 2.0 » qui permettront de capter, voire (qui sait ?) de fidéliser cette génération zapeuse...

Au demeurant, même si la moyenne d'âge de nos adhérents, telle que déterminée par notre Observatoire national, n'est que de 47 ans, nous avons aussi envisagé la relève du côté des vignerons.

Enfin, et c'est tout sauf un gadget, nous avons décidé la mise en place d'une « section jeune » au niveau national : du sang nouveau en perspective dans nos instances dirigeantes !

Je vous souhaite une bonne lecture.

**THOMAS MONTAGNE**  
SECRÉTAIRE GÉNÉRAL



## 01

### VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE

**1.1** - p.06  
LA CONFÉDÉRATION

**1.2** - p.11  
LES VIGNERONS  
ADHÉRENTS

# Sommaire



## 02

### DÉFENDRE LES INTÉRÊTS COMMUNS

**2.1** - p.14  
L'ACTION SYNDICALE AU NIVEAU  
NATIONAL ...

**2.2** - p.20  
... ET AU-DELÀ : LA CONFÉDÉRATION EUROPÉENNE  
DES VIGNERONS INDÉPENDANTS

## 03

### ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES

**3.1** - p.24  
LES  
MANIFESTATIONS  
EXTERIEURES

**3.2** - p.33  
LE DEVELOPPEMENT  
DES ENTREPRISES



## 04

### COMMUNIQUER

**4.1** - p.36  
LA COMMUNICATION INTERNE

**4.2** - p.38  
LA COMMUNICATION  
EXTERNE





# 01

## VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE

**1.1**  
LA CONFÉDÉRATION

**1.2**  
LES VIGNERONS ADHÉRENTS

# 01 | Vignerons Indépendants de France

Réparti sur l'ensemble des régions viticoles françaises, le mouvement des VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE s'appuie sur le dynamisme de ses 32 fédérations départementales et de ses 11 fédérations régionales. Et sur près de 7 000 adhérents, tous cotisants volontaires.

Les fédérations départementales accompagnent au quotidien les vignerons-adhérents dans la défense de leur métier sur le plan local et font remonter leurs demandes au niveau national. Elles contribuent à augmenter les compétences des vignerons dans tous les aspects de leur activité en leur apportant de nombreux services professionnels : conseils, conditions d'achat privilégiées, formation, défense juridique, information, accompagnement commercial...

Les fédérations régionales quant à elles relayent l'action des fédérations départementales et assurent un rôle de coordination et de représentation auprès des collectivités régionales.

Au niveau national, la Confédération des Vignerons Indépendants de France, organisation syndicale professionnelle, est devenue un acteur majeur de la filière viticole française. Elle est aujourd'hui un interlocuteur privilégié, tant des Pouvoirs publics que des différentes institutions et organismes professionnels (ministère de l'Agriculture et de la Pêche, FranceAgrimer, INAO, Organismes spécialisés, Union Européenne...).

## 1.1 LA CONFÉDÉRATION

Cette année encore, la Confédération a poursuivi son travail dans l'esprit du programme d'orientation lancé en 2010 : « **continuité et innovation : un projet pour les VIF à l'horizon 2015** ».

Les grands axes étant d'**asseoir définitivement le mouvement comme un acteur incontournable, d'augmenter la notoriété et l'image de la marque collective**, à la fois comme porteuse de nos valeurs et comme référence commerciale, **et de développer de nouveaux relais de croissance**.

Il s'agit de valoriser le métier de vigneron indépendant auprès des pouvoirs publics, auprès des consommateurs et de nous-mêmes ! En conciliant les valeurs à l'origine de notre mouvement et le nouvel environnement.

### 1.1.1 STRUCTURE ET FONCTIONNEMENT

La Confédération, syndicat de métier, ne fonctionne qu'avec les cotisations de ses adhérents et les bénéfices réalisés grâce aux services qu'elle propose. Cette particularité lui apporte l'avantage d'une plus grande liberté d'action.

Elle défend les intérêts communs auprès des pouvoirs publics français et européens et promeut les produits de ses adhérents.

L'importance croissante prise par le mouvement implique la mise en œuvre d'une structure adaptée, qui repose sur les organes suivants :

#### UN BUREAU

Représenté uniquement par des vignerons indépendants, ses membres sont élus pour 1 an. En 2012, Michel ISSALY a été réélu comme président et Jean-Marie FABRE a succédé à Joseph AUDOUIN au poste de vice-président en charge des relations avec les partenaires.

#### UN CONSEIL D'ADMINISTRATION

Organe décisionnel, le Conseil d'administration se réunit plusieurs fois par an et détermine les axes de la politique et des actions à mener par la Confédération.

#### DES COMMISSIONS

Elles se réunissent régulièrement pour préparer les projets qui vont ensuite être soumis au vote du Conseil d'administration. De nombreux groupes de travail, sur des thèmes précis, sont créés au fil des besoins. Il s'agit dans ce cas de favoriser l'échange d'expériences et le travail collaboratif dans le réseau en effaçant le traditionnel lien vertical pour laisser place à une gouvernance partagée de bout en bout.

La commission « **communication** » :

elle est chargée de l'élaboration de toutes les stratégies de communication pour assurer la promotion du métier de vigneron indépendant et du mouvement dans son ensemble.

La commission « **salons et manifestations extérieures** » :

elle est notamment chargée de l'organisation et du développement des différents salons (grand public et professionnels).

La commission « **syndicale** » :

elle détermine principalement les différentes actions à entreprendre auprès des institutions, administrations et organisations de la filière sur tous les dossiers concernant le métier de vigneron indépendant.

## COMPOSITION DU BUREAU DES VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE EN 2012

**Michel ISSALY, vigneron indépendant dans le Tarn, est le président des Vignerons Indépendants de France**

Autour de lui, un Bureau représentatif de l'ensemble des régions viticoles est composé de la façon suivante :

**Secrétaire général**

Thomas MONTAGNE (*Vaucluse*)

**Secrétaire générale adjointe en charge de vin et société**

Agnès PAYAN (*Gard*)

**Trésorier**

Pierre SAUBOT (*Pyrénées-Atlantiques*)

**Trésorier Adjoint**

Stéphane COQUILLETTE (*Champagne*)

**Vice-président en charge de la communication**

Bertrand MINCHIN (*Cher*)

**Vice-présidente en charge du développement des entreprises**

Laure DOZON (*Indre et Loire*)

**Vice-président en charge du réseau**

Pierre JEANJACQUES (*Gard*)

**Vice-président en charge du syndical**

Claude ROBERT (*Hérault*)

**Vice-président en charge de l'oenotourisme**

Philippe BLANCK (*Alsace*)

**Vice-président en charge des relations avec les partenaires**

Jean Marie FABRE (*Aude*)

**Vice-présidente en charge de la structure confédérale**

Suzel de LANVERSIN (*Var*)

**Vice-président en charge des Relations externes**

Daniel MOUTY (*Gironde*)

**Président des salons**

Xavier de VOLONTAT (*Aude*)

**Commissaire général salons**

Jean-René NUDANT (*Côte d'Or*)

**Présidente du comité d'éthique Logo**

Chantale MOLINARI (*Gironde*)

**Président du Concours**

Noël LASSUS (*Gers*)

**Commissaire général du Concours**

Michel LORIOT (*Champagne*)

**Président commission vin et vigneron bio**

Michel GENDRIER (*Loir-et-Cher*)

La commission « **vin et vigneron bio** » :

le Bio faisant désormais partie du quotidien d'une part importante de vignerons indépendants, il était naturel que la Confédération se dote d'une cellule de réflexion sur le sujet. C'est chose faite depuis juillet 2010.

### 1.1.2

#### LES RENCONTRES

Occasion rare pour les vignerons de tout le territoire de découvrir une région viticole et de se retrouver pour partager et échanger leurs expériences, les Rencontres se veulent avant tout festives.

Mais elles sont aussi propices à la réflexion, autour d'une thématique différente chaque année qui leur sert de fil conducteur.

En 2012, les 12 et 13 avril à Orange dans le Vaucluse, c'est la relève qui a été abordée lors de deux matinées-débats. La première animée par Jacques LEGROS, journaliste et fondateur du site Vigne et vin TV, a abordé la relève côté vignerons. La deuxième menée par David BERARD, journaliste à France Bleu Vaucluse, s'est penchée sur les consommateurs d'aujourd'hui.

Tous deux ont su tirer parti de la qualité des intervenants et de l'audience pour donner lieu à des échanges enrichissants.



12|13  
AVRIL  
2012  
Orange  
Vaucluse

**Rencontres  
nationales**  
des Vignerons  
Indépendants de France



Inscriptions et renseignements sur  
[www.rencontres-vigneron-independant.com](http://www.rencontres-vigneron-independant.com)



#### LA RELÈVE

- Ceux qui réinventent le métier de vigneron
- Ceux qui renouvellent l'image du vin
- Ceux qui modifient les codes de consommation du vin





## ILS SONT INTERVENUS AUX RENCONTRES 2012

**Paul COULON**

*Grand témoin des Rencontres et Vigneron dans le  
Vaucluse.*

### LA RELÈVE « CÔTÉ VIGNERON » : ÊTRE VIGNERON EN 2012

**Paul Henri THILLARDON**

*Vigneron dans le Beaujolais*

**Sébastien RAHARD**

*Vigneron Indépendant en Anjou*

**Nathalie CAUMETTE**

*Vigneron Indépendant à Faugères*

**Céline BESSIERE**

*Auteur de « De génération en génération.  
Arrangements de famille dans les entreprises  
viticoles »*

**Jean NATOLI**

*Œnologue-conseil*

### LA RELÈVE « CÔTÉ CONSOMMATEUR » : LES CONSOMMATEURS AUJOURD'HUI

**Miss Vicky Wine**

*Blogueuse génération « Y » (les 18-30 ans)*

**Thierry LOREY**

*Enseignant, chercheur en marketing*

**Earmon FITZGERALD**

*Nakedwine.com*

**Stéphane SAUREL**

*Vigneron Indépendant du Vaucluse*

**Stéphanie FUMOSO**

*Association Femme Vigne Rhône - Vigneronne dans  
le Vaucluse.*

**Jaques BERTHOMEAU**

*Blogueur*

**Christopher CANNAN**

*Vigneron en Espagne*

### VIGNERON : UN MÉTIER D'AVENIR !

**Jean VIARD**

*Sociologue et économiste. Auteur de « Lettre aux  
paysans sur un monde durable ».*

### 1.1.3

## LE CLUB PARTENAIRES

« Relevez les défis du développement durable et de la recherche de valeur ajoutée commerciale pour les vins des vigneron. »

Le métier de vigneron indépendant évolue rapidement dans toutes ses composantes. Pour répondre à l'avancée des techniques et aux nouvelles exigences des cadres réglementaires et des marchés, les partenariats des entreprises avec les Vignerons Indépendants de France évoluent également pour accompagner au mieux les vigneron dans les nécessaires évolutions et adaptations de leurs entreprises.

En créant des moments d'échanges entre les vigneron et les entreprises partenaires, la dynamique du « Club Partenaires » continue d'évoluer en accompagnant les entreprises à l'horizon 2015 sur **trois axes prioritaires : environnement et développement durable - efficience économique et productivité - valeur ajoutée et performance commerciale.**

Le Club Partenaires réunit des entreprises nationales, leaders du secteur vitivinicole, chacune représentant une famille professionnelle ou un domaine d'activités en rapport avec les vigneron indépendants.

Le Club Partenaires dynamise une véritable collaboration entre la Confédération, les vigneron, et les entreprises adhérentes pour établir des relations au travers de l'organisation d'actions événementielles, de journées d'information, de rencontres de travail et de toutes autres formes d'actions qui contribueront à rendre plus performante la viticulture en cave particulière.

### DES CONTRIBUTIONS MULTIPLES

Au cours de l'année 2012, les entreprises ont partagé leur expertise sur de nombreux sujets qui touchent les préoccupations des vigneron adhérents.

- **Mieux gérer l'azote à la vigne et au chai pour un vin de qualité.**  
Les entreprises partenaires nous ont livré leur expertise sur ce sujet d'actualité.
- **Développement durable, un défi à la portée des vigneron.**  
Les entreprises partenaires s'engagent et proposent des produits, services et outils pour relever ce défi majeur du 21<sup>e</sup> siècle.
- **Vins effervescents, un marché dynamique et attractif.**  
Malgré la crise, le marché des vins effervescents, synonymes de fête, reste dynamique. Les entreprises partenaires sont très attentives à ce créneau porteur d'image, d'innovation et de recherche de qualité.
- **La gestion des risques dans l'entreprise vigneronne.**
- **Vin biologique mode d'emploi !**  
Fiche technicité avec Jean MULLER Oenologue Conseil chez OENOFrance
- **Réformes de la fiscalité : Quelles conséquences pour le vigneron ?**  
Note technique avec CAPMA CAPMI

- **Le vin de vigneron est-il devenu un produit de luxe ?**  
Conférence marketing avec Autajon et Verallia.
- **Décrochez les clés de la fidélisation client.**  
Webinaires avec ISAGRI en mai 2012.

### LES MEMBRES DU CLUB PARTENAIRES

Les entreprises du Club Partenaires soutiennent le mouvement des Vignerons Indépendants tout au long de l'année ! Et s'engagent avec eux en faveur de l'environnement.



Une démarche environnementale et éco-conception. Bouteilles allégées ECOVA.



Une certification imprim'Vert des sites de production. Démarche environnementale et éco-conception d'étiquettes et packagings pour vins et spiritueux.



Le gardien des arômes

Une démarche environnementale et bilan Carbone pour l'offre de bouchons DIAM et MITIK.



Une nouvelle logistique durable DISTIPOLIS pour la distribution de colis en zone urbaine.



Des engrais organiques autorisés en viticulture biologique.



Raiso Mildiou pour anticiper l'arrivée du mildiou et Météopro pour prévoir le risque météo.



Des pulvérisateurs plus précis et donc plus respectueux de l'environnement.



Une offre complète aux producteurs engagés dans la production bio.



Développement et fabrication de procédés et de matériels de vinification.



Couverture des impayés en France et à l'export.



Assurance, prévoyance, retraite complémentaire, épargne, transmission exploitation/patrimoine.



Conseils sur les process électriques utiles dans l'activité vitivinicole.



Conception de logiciels adaptés aux besoins des vigneron indépendants

### MILLÉSIME: L'ASSURANCE IMPAYÉS RÉSERVÉE AUX ADHÉRENTS

Le partenariat « Offre + » consiste en un engagement de l'entreprise partenaire de faire bénéficier aux vignerons de véritables avantages. Dans le cadre de ce partenariat, les entreprises proposent des produits ou des services spécifiquement étudiés et réservés aux vignerons indépendants du réseau.

Avec une couverture assurance-crédit pour :

- vendre sereinement
- ne pas se poser la question du « paiera, paiera pas... »
- aborder de nouveaux marchés en toute sécurité

#### Pour en savoir plus et adhérer :

[www.groupama-ac.fr](http://www.groupama-ac.fr) et cliquez sur "Millésime"  
Contactez votre fédération de Vignerons Indépendants ou les Vignerons Indépendants de France

### 1.1.4

#### L'OBSERVATOIRE NATIONAL DES VIGNERONS INDÉPENDANTS

##### UN OUTIL D'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE AU SERVICE DU RÉSEAU

Après 2 ans d'existence, l'Observatoire National des Vignerons Indépendants est un outil connu et reconnu pour sa valeur ajoutée dans notre réseau.

##### UN OUTIL INÉDIT DANS LA FILIÈRE

- repose sur la réalisation d'enquêtes auprès de nos adhérents (2 à 3 vagues par an),
- place le vigneron au cœur de la démarche (ses pratiques viticoles, ses difficultés, ses besoins, son ressenti par rapport à son métier...).

##### UN OUTIL STATISTIQUEMENT FIABLE ET ROBUSTE

- représentatif de l'ensemble des adhérents (redressement par la méthode des quotas),
- sans approximation trop grande dans les résultats (calcul d'intervalles de confiance).

##### UN OUTIL D'ANALYSE ET DE PROSPECTIVE

- nourrit des études quantitatives sur le métier de vigneron,
- oriente et alimente les réflexions sur des sujets à portée économique, politique et syndicale,
- identifie et quantifie les besoins des vignerons indépendants en nouveaux services,
- établit des indicateurs conjoncturels.

##### LES CONSULTATIONS DE L'OBSERVATOIRE EN 2012

###### LES ENQUÊTES NATIONALES

Point méthodologique sur le déroulé d'une enquête nationale

- Enquête administrée en ligne aux adhérents via le logiciel professionnel Sphinx (taux de contact de l'emailing de 86 %, en progression à chaque enquête).
- Taux moyen de réponse de 20 % sur l'ensemble des adhérents.
- Intervalle de confiance (ou erreur liée à l'échantillon) de 2,6 % : précision très satisfaisante qui garantit la fiabilité et la robustesse des informations au niveau national.
- Rotation des répondants : en moyenne sur l'échantillon, 30 % des réponses sont issus de primo-participants aux enquêtes de l'Observatoire. Ce turn-over fiabilise les résultats en mixant les profils de répondants.
- Redressement de l'échantillon par la méthode des quotas pour être représentatif de l'ensemble des adhérents.



#### PRINCIPAUX OBJECTIFS DES ENQUÊTES NATIONALES :

- Compléter le panorama des exploitations initié en 2010, avec pour objectif « Mieux se connaître pour mieux se défendre ».  
Une nouvelle fiche d'identité du mouvement, actualisée et complétée, est prévue pour l'été 2013.
- Obtenir des données génériques qui serviront de point de départ à des études plus détaillées.  
Exemples de sujets d'étude :
  - Comment est envisagée la transmission des exploitations viticoles ?
  - Les vignerons indépendants gèrent-ils la pyramide des âges de leurs salariés ?
- Mettre à jour et enrichir le baromètre annuel de confiance des Vignerons Indépendants (3e édition). Cet indicateur conjoncturel, sans équivalent dans la filière viticole, est l'occasion de faire le point sur la situation des exploitations (financières, commerciales...), d'identifier les difficultés rencontrées, mais aussi de synthétiser la vision des chefs d'exploitations sur l'avenir de leur entreprise. Utile pour la vie et l'animation du réseau, ce baromètre nous permet également de communiquer à l'extérieur (presse professionnelle ou généraliste) sur un sujet accessible à tous.

#### LES ENQUÊTES CIBLÉES

À côté des enquêtes réalisées au niveau national auprès de tous les adhérents, l'Observatoire met ses compétences et son savoir-faire au service des groupes de travail internes.

C'est le cas de « l'enquête Salons » réalisée en avril 2012, à l'initiative du groupe de travail « Évolutions Salons », auprès des 1 500 adhérents Vignerons Indépendants qui participent aux salons nationaux des Vignerons Indépendants de France.

## 1.2 LES VIGNERONS ADHÉRENTS

Les enquêtes nationales réalisées par l'Observatoire des Vignerons Indépendants en 2012<sup>(1)</sup> ont permis :

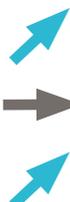
- de compléter le panorama des exploitations initié en 2010,
- de mettre à jour les données clés du réseau et d'en analyser les évolutions.

Cette connaissance accrue de notre mouvement, chiffres à l'appui, oriente nos réflexions sur le développement de nouveaux services, ainsi que sur l'élaboration de propositions politiques.

### 1.2.1 CHIFFRES CLÉS DES 6 000 ADHÉRENTS

Le réseau Vignerons Indépendants de France, c'est :

- **140 000 hectares de vignes plantées**  
(soit environ 18 % de la surface viticole française)
- **5,9 millions d'hectolitres de vin produits**  
(soit environ 15 % de la production viticole française)
- **2,3 milliards d'euros HT de chiffre d'affaires**  
(dont 500 millions à l'export)



#### EN CHIFFRES

*Le réseau Vignerons Indépendants de France, c'est :*

**140 000 hectares**  
*de vignes plantées*

**5,9 millions d'hectolitres**  
*de vin produits*

**Près de 2,3 milliards d'euros**  
*HT de chiffre d'affaires*

<sup>(1)</sup> **Rappel méthodologique :** les données présentées dans ce chapitre sont issues des enquêtes réalisées par l'Observatoire National des Vignerons Indépendants en 2012.

- Enquêtes administrées en ligne aux adhérents via un logiciel professionnel d'enquête et d'analyse de données (Sphinx).
- Taux moyen de réponse de 20 % sur l'ensemble des adhérents.
- Redressement des échantillons par la méthode des quotas pour être représentatif de l'ensemble des adhérents.

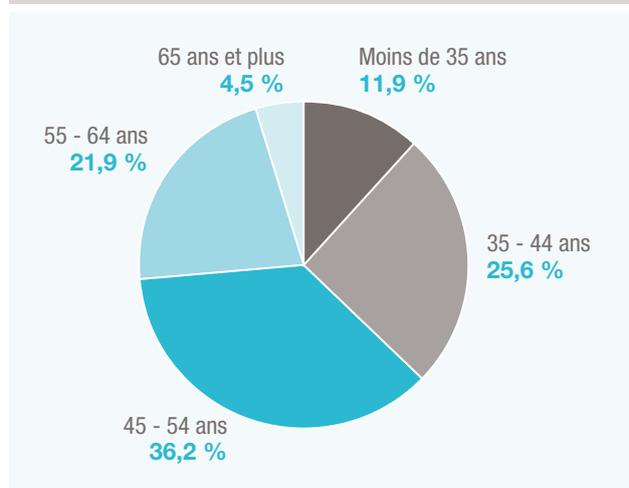
### 1.2.2 FOCUS SUR L'IDENTITÉ DES CHEFS D'EXPLOITATION

Si les enquêtes 2012 ont permis l'actualisation des données sur la composition juridique des exploitations, les modes de production et de commercialisation, les volumes produits... de nouvelles questions approfondissent notre connaissance du réseau, et en particulier le profil des chefs d'exploitation.

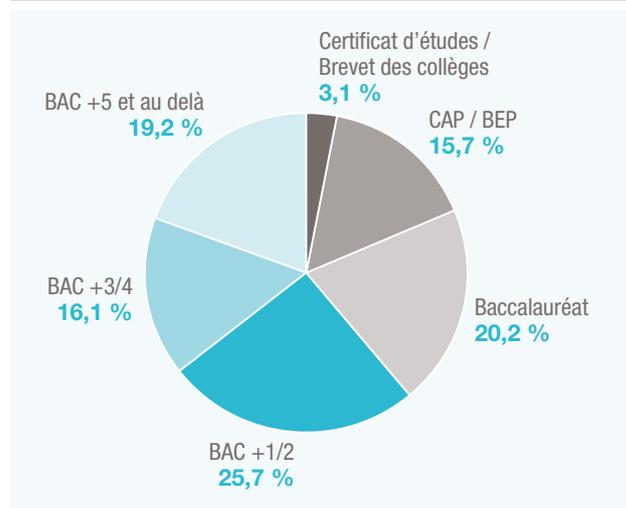
#### Tour d'horizon sur le profil du chef d'exploitation :

- 47 ans = âge moyen du chef d'exploitation
- 26,3 % des chefs d'exploitation sont des femmes
- 61 % des chefs d'exploitations ont fait des études supérieures (après BAC) et 19,2 % ont un diplôme BAC+5
- 42,4 % ont exercé une activité autre qu'agricole avant de diriger une exploitation viticole
- 78,5 % des chefs d'exploitation travaillent des vignes issues d'une transmission familiale
- 33,5 % des chefs d'exploitations pratiquent une activité de diversification sur leur exploitation (polyculture, élevage, oenotourisme...).

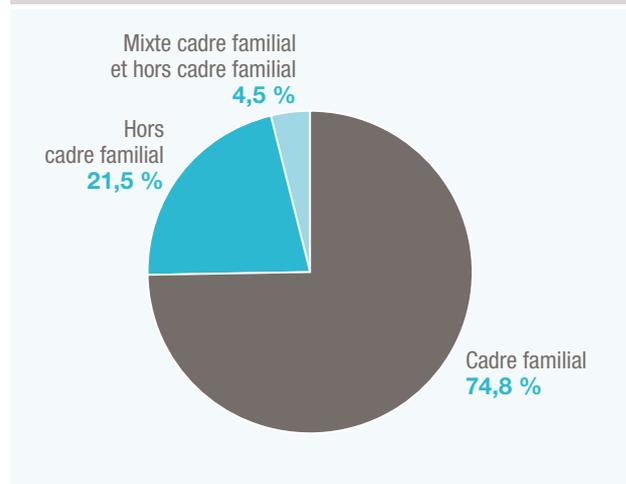
Répartition des exploitations  
selon l'âge du chef d'exploitation



Répartition des chefs exploitations  
selon leur niveau d'études



Répartition des chefs exploitations  
selon l'origine de leur exploitation





# 02

## DÉFENDRE LES INTÉRÊTS COMMUNS

### 2.1

L'ACTION SYNDICALE AU NIVEAU  
NATIONAL ...

### 2.2

... ET AU-DELÀ : LA CONFÉDÉRATION  
EUROPÉENNE DES VIGNERONS  
INDÉPENDANTS

## 02 | Défendre les intérêts communs

### 2.1

#### L'ACTION SYNDICALE AU NIVEAU NATIONAL ...

L'année 2012 a été marquée par plusieurs échéances électorales, en particulier l'élection d'un nouveau Président de la République et la mise en place d'un nouveau gouvernement, entraînant un renouvellement des interlocuteurs politiques pour la Confédération et le Pôle syndical. Les membres de l'Assemblée nationale ont également été modifiés, créant ainsi un nouveau champ d'actions politiques. Le pôle syndical s'est donc attaché à créer de nouvelles relations avec les représentants des ministères, de l'administration et les parlementaires, afin de faire connaître notre mouvement, ses objectifs, son poids économique, et les valeurs défendues par notre « métier » de Vignerons Indépendants. C'est en s'appuyant sur les actions menées en 2011 et poursuivies en 2012, que nous avons pu mettre en avant des dossiers constructifs pour nos entreprises, mais également pour l'ensemble de la filière viticole, dans un contexte marqué notamment par la réforme de la PAC, dont les enjeux réglementaires et budgétaires pourraient avoir des conséquences majeures pour nos adhérents et pour l'ensemble des vignerons français et européens.

#### 2.1.1

##### L'ACTIVITÉ INTERNE DU POLE SYNDICAL

Dans le cadre de son activité, le Pôle syndical effectue un important travail de veille, d'animation de la commission syndicale, de communication des informations aux fédérations, et de suivi des activités de la CEVI.

**Une veille** réglementaire et syndicale est réalisée en amont des dossiers syndicaux, pour identifier les dossiers qui peuvent influencer sur les activités Vignerons Indépendants. Les relations privilégiées entretenues par la Confédération avec les représentants de l'administration permettent également d'obtenir des informations sur les évolutions à venir, pour une plus grande réactivité.

**Une commission syndicale**, qui assure un suivi des principaux dossiers syndicaux, et soumet des propositions au Conseil d'administration des Vignerons Indépendants de France, s'est réunie à 4 reprises en 2012, sous la présidence de Claude Robert, vigneron dans l'Hérault.

**Une communication renforcée avec le réseau** est assurée via des mails d'information et des consultations régulières sur des sujets particuliers, en amont de réunions nationales. Des conférences téléphoniques sont également organisées lorsque les dossiers l'exigent, afin que chacun exprime la position soutenue par son département ou sa région.

En outre, le pôle syndical continue de rédiger des articles dans la E-lettre hebdomadaire des Vignerons Indépendants de France, et des notes spécifiques, dans un souci de vulgarisation des informations.

Un travail en collaboration étroite avec la *Confédération Européenne des Vignerons Indépendants (CEVI)* est mené, afin de suivre les dossiers européens portés par la CEVI, et pour lesquels le réseau français peut être mobilisé. Ce fut le cas notamment s'agissant des droits de plantation en 2012.



## 2.1.2

### LES ACTIONS MENÉES

#### LA VENTE À DISTANCE AUX PARTICULIERS DE L'UE : LES VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE VEULENT METTRE FIN AUX ENTRAVES

Malgré le principe fondamental de libre circulation des marchandises au sein de l'Union européenne (UE), on constate aujourd'hui qu'un vigneron ne peut pas vendre librement et simplement son vin à un acheteur particulier au sein de l'UE. Notre mouvement a donc voulu se saisir de ce dossier, afin de tenter de débloquer cette situation invraisemblable aux yeux de tous.



**N°04**  
NOVEMBRE 2012

**LE COMMERCE INTRACOMMUNAUTAIRE DES VINS À DESTINATION DES PARTICULIERS**  
PROPOSITIONS DE RÉFORME

[www.vigneron-independant.com](http://www.vigneron-independant.com)

En novembre 2012, lors du Salon des vins des Vignerons Indépendants de France à Paris porte de Versailles, nous avons organisé une **conférence de presse**, afin de sensibiliser sur les freins que rencontrent les vignerons qui souhaitent commercialiser en Europe à leurs clients particuliers.

Afin d'y voir plus clair, la Confédération a édité un **livret politique** : « *Le commerce intracommunautaire des vins à destination des particuliers* ». Les Vignerons Indépendants de France y dénoncent les entraves réglementaires qui bloquent le développement de ventes de vin en Europe, et proposent des réformes concrètes. En effet, à l'heure où l'on encourage l'achat de produits agricoles directement chez le producteur via les circuits courts, on constate qu'il est très difficile pour un vigneron de vendre ses vins dans l'UE, en raison de contraintes administratives extrêmement compliquées, et qui coûtent très cher. Pour les Vignerons Indépendants de France, il est absurde de laisser de tels freins réglementaires, limitant le développement de circuits commerciaux économiquement importants en Europe, et ce d'autant plus que c'est contraire au principe fondamental de libre circulation des marchandises au sein de l'Union. La législation européenne actuelle oblige notamment le vigneron à passer par un représentant fiscal pour assurer le paiement des droits d'accises du pays de destination. Ce système produit des surcoûts importants (le prix peut être multiplié par 2) et des complications qui rendent la vente directe pratiquement impossible. Les vignerons sont même parfois **contraints de renoncer à des ventes de petits volumes à destination de particuliers européens**.

Les Vignerons Indépendants de France ont également rencontré plusieurs décideurs au niveau national, afin de leur présenter les enjeux de ce dossier, et l'intérêt économique d'une évolution du dispositif. Le sujet a ainsi pu progresser, et nous avons rencontré **une écoute favorable de la part des autorités administratives françaises**.

Nous avons notamment eu l'occasion de présenter ce dossier à :

- **Guillaume Garot**, ministre de l'Agroalimentaire ;
- **Valérie Metrich-Hecquert**, conseillère technique de l'agriculture et de la pêche à la présidence de la république ;
- **Marie Guittard**, conseillère technique de l'agriculture et de la pêche du premier ministre ;
- **Anna Lipchitz**, conseillère technique chargée de la Politique commerciale et des règles du commerce international au Cabinet de la ministre du Commerce extérieur Nicole Bricq ; etc.).

#### Les Vignerons Indépendants de France proposent donc les simplifications suivantes :

- supprimer le représentant fiscal et les obligations associées en deçà d'un certain seuil ;
- permettre au vigneron de payer ses droits d'accises au taux étranger dans son pays d'origine ;
- mettre en place parallèlement un système de **chambre de compensation ou de guichet unique** pour le paiement des droits d'accises (compensation entre états membres).

Ces réformes simples sont possibles et permettraient à chaque vigneron de contribuer pleinement au développement de son territoire et de bénéficier des avantages économiques et commerciaux du marché unique.

Parallèlement, ce dossier est également relayé **au niveau européen par la CEVI**, qui a rencontré de nombreux acteurs politiques bruxellois, afin de leur faire état de la situation, et d'envisager avec eux une modification éventuelle du texte européen. Plusieurs rendez-vous ont été programmés pour l'année 2013.

## DE NOUVELLES SIMPLIFICATIONS DOUANIÈRES



Depuis plusieurs années, les Vignerons Indépendants de France mènent un travail de fond en vue de **simplifier les démarches douanières**, concernant notamment les capsules représentatives de droits (CRD), et plus largement la gestion administrative des documents douaniers. Suite à différentes consultations et discussions avec la DGDDI, plusieurs avancées significatives ont été obtenues par les Vignerons Indépendants de France, dans l'objectif de permettre d'une part aux opérateurs de simplifier leurs démarches, et d'autre part de conserver une garantie de suivi pour l'administration lors des contrôles.

Rappelons qu'aujourd'hui, grâce à la mobilisation de notre mouvement, et aux échanges entre les organisations professionnelles et l'administration, les points suivants d'ores et déjà sont acquis :

- la possibilité d'exporter sous CRD
- la mise en œuvre d'une CRD générique de couleur lie de vin, apposable sur l'ensemble des types de produits (AOP/IGP/VSIG, sauf exceptions)

Dans l'optique de poursuivre la dynamique de simplification, les Vignerons Indépendants de France ont eu plusieurs rencontres avec les services du bureau F3 de la DGDDI afin de faire de nouvelles propositions d'évolution du système. C'est d'ailleurs dans le cadre de la rédaction de la prochaine circulaire consacrée à la réglementation des CRD que ces demandes ont été formulées.

- **Sur la comptabilité matière des capsules par couleur** : La demande de la Confédération était d'abandonner l'enregistrement par couleur dans la comptabilité matière, pour ne travailler que sur le volume global de capsules au même taux. La DGDDI nous a indiqué que cette demande serait intégrée à la circulaire CRD, ce qui pourrait être une réelle avancée en termes de simplification pour les vignerons, en particulier dans le cas des exploitations mixtes.
- **Sur la cohérence des systèmes collectifs et personnalisés d'acquisition des CRD** : les vignerons faisant le choix d'avoir des capsules personnalisées ne sont pas autorisés à utiliser parallèlement des CRD collectives, en raison de modes de paiement différents des droits sur leurs CRD (modes suspendu et acquitté). Or, les textes prévoient désormais que les vignerons peuvent choisir de payer leurs droits à la sortie, y compris pour les capsules collectives. Les Vignerons Indépendants de France ont donc logiquement demandé à ce que les deux systèmes puissent être utilisés conjointement, pour permettre aux vignerons récoltants qui le souhaitent de pouvoir bénéficier de CRD personnalisées et collectives. La

DGDDI a précisé que ce serait désormais possible, à condition que les droits des capsules soient payés en suspension.

- **Sur la demande de suppression de la centilisation sur les capsules** : c'est une demande forte de notre mouvement, en raison du réel gain économique et administratif que cela pourrait apporter aux vignerons. En outre, il s'agit d'une suite logique dans la démarche de simplifications mise en œuvre depuis 2010 entre les organisations professionnelles et l'administration douanière. D'abord sceptique, la DGDDI, s'est montrée à l'écoute de notre sollicitation. Ainsi, les Douanes ont créé un groupe de travail sur le sujet, y associant l'ensemble des organisations de la filière, qui considèrent également que notre requête va dans le bon sens, et sera bénéfique à l'ensemble des opérateurs, en particulier au niveau économique.

Parallèlement, d'autres sujets douaniers ont pu être traités en 2012. Nous pouvons en particulier relever la question de l'obligation de réaliser des **DAE via Gamm@ pour les circulations de marchandises au niveau national**. Elle devait entrer initialement en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2013. Suite à notre demande, les Douanes ont mis en ligne un questionnaire destiné aux opérateurs. Les résultats ont notamment montré que les entreprises n'étaient pas au même niveau d'informatisation de leurs opérations, et qu'un certain nombre d'entre elles n'était pas en mesure de réaliser les DAE pour les circulations nationales : les douanes nous ont donc indiqué lors de notre rencontre en octobre dernier que cette obligation serait reportée, afin de permettre à chacun de préparer sa mise en œuvre.

## ÉLABORATION DU NOUVEAU PROGRAMME NATIONAL VITICOLE : RÉFLEXIONS ET NÉGOCIATIONS DANS LA DÉFENSE DES INTÉRÊTS DES ADHÉRENTS

Dans le cadre de la réforme de la PAC après 2013, les États membres ont dû commencer à élaborer leur Programme National Viticole (PNV), compte tenu des futurs enjeux pour la filière viticole. La France a voulu anticiper au maximum les choix à faire quant aux mesures à intégrer dans ce nouveau programme, pour en aviser au plus tôt la Commission européenne. FranceAgriMer a donc constitué 5 groupes de réflexions sur les principales mesures, afin de tirer un bilan du précédent programme OCM 2008-2012, et d'échanger sur les améliorations à apporter dans les nouvelles propositions qui seront faites.

Les groupes, réunissant des professionnels et des administratifs de toutes les organisations de la filière, ont porté sur : les mesures investissements, promotion vers les pays tiers, restructuration, prestations viniques, et sur d'éventuelles nouvelles mesures à intégrer au PNV. Les Vignerons Indépendants de France ont évidemment participé à tous ces groupes, et ont défendu des propositions visant à favoriser nos exploitations, à simplifier la constitution des dossiers, et à permettre la mise en œuvre de projets constructifs et réfléchis, dans l'intérêt du développement du métier de vigneron.

**La synthèse des réflexions de chacun des groupes de travail a été présentée aux représentants du Conseil Spécialisé vin de FranceAgriMer en juillet 2012.** À l'issue de cette présentation, les services de FranceAgriMer ont fait part des propositions dégagées pour chaque mesure, puis les discussions se sont prolongées au niveau des **Bassins viticoles**, qui ont eu jusqu'à la fin du mois d'octobre pour rendre leur avis sur ces propositions.

**En fin d'année 2012, l'ensemble des discussions et des négociations a été clôturé, et le PNV définitif, amendé et approuvé par le ministre de l'Agriculture, a été soumis à la Commission européenne, afin qu'elle puisse le valider.**

La mise en œuvre des premières mesures est attendue dès le début de l'année 2013, en particulier la mesure destinée aux investissements des entreprises.

#### CONCERNANT LA MESURE INVESTISSEMENT : L'IMPLICATION DES VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE DANS LES NÉGOCIATIONS

- En novembre 2012, **les Vignerons Indépendants de France ont rencontré la Conseillère technique agricole du Ministre Stéphane Le Foll**, afin de faire part de la position de notre mouvement sur les modalités des différentes mesures du projet de PNV, et en particulier l'investissement.

- Après plusieurs consultations réalisées auprès des fédérations, les Vignerons Indépendants de France ont fait part à l'administration des modifications qu'ils souhaitaient voir apporter à la mesure Investissements. Notre mouvement est parvenu à **influencer certaines décisions qui pouvaient apparaître au départ comme défavorables à nos adhérents** (par exemple, l'intégration d'un plafond pour les investissements, alors qu'initialement l'administration n'en avait pas prévu). **D'autres dispositions ont été ajoutées à notre demande, après discussions et négociations** (exemple des dossiers simplifiés pour les investissements et la promotion vers les pays tiers).
- Les Vignerons Indépendants de France ont été porteurs de **la demande d'un taux d'aide unique, c'est-à-dire non différencié en fonction des projets d'investissements**. Malheureusement, le ministre n'a pas tranché en faveur de cette demande, pour laquelle nous avons obtenu le soutien des autres organisations de la filière, qui avaient voté dans ce sens lors du conseil spécialisé vin de FranceAgriMer fin novembre. Le taux de base de financement sera donc de 35 %, avec une majoration possible à 40 % en fonction de certains critères.
- Enfin, les Vignerons Indépendants de France se sont également distingués sur la question de **l'aide attribuée au caveau**. En effet, le texte prévoyait une aide possible uniquement si 100 % des produits vendus dans le caveau étaient du vin. Or, les vignerons commercialisent très rarement exclusivement du vin : ils peuvent vendre des marcs et eaux de vie, mais aussi d'autres produits issus de leur production (huiles, confitures...). Nous avons donc sollicité la mise en place d'un pourcentage de tolérance, et avons réussi à convaincre l'administration française de le demander à la Commission européenne, à qui revient la décision. Les autres organisations de la filière avaient également appuyé notre demande.



### PROJET DE LOI DE FINANCES : L'EXONÉRATION DES CHARGES SUR LES TRAVAILLEURS OCCASIONNELS DÉFENDUE PAR LES VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE

Le gouvernement a présenté, en novembre 2012, un projet de loi de finances pour 2013 **remettant en cause les exonérations de charges patronales pour les travailleurs occasionnels**. Les Vignerons Indépendants sont intervenus auprès des parlementaires pour un maintien de ce dispositif, essentiel pour les exploitations viticoles.

Notre mouvement a rappelé la part importante que représente la viticulture dans l'économie nationale, en étant le premier employeur de main-d'œuvre agricole (plus de 20 % des emplois). L'ensemble du réseau s'est fortement mobilisé auprès des élus, afin de leur indiquer que la fin de ce dispositif d'exonération serait un véritable coup porté à la compétitivité de nos entreprises, et plus largement à notre métier, et à notre filière.

Michel Issaly, président des Vignerons Indépendants, a d'ailleurs voulu interpeller le gouvernement et les parlementaires dans ce sens : « Dans un contexte économique difficile, tout doit être fait pour permettre à nos milliers d'exploitations viticoles de faire face à la concurrence internationale en maintenant cette exonération de charges sur les travailleurs occasionnels ».

Néanmoins, malgré la forte implication de notre mouvement et de l'ensemble du réseau auprès des décideurs, le texte a finalement été adopté sans modification favorable.

### « VIN BIO, UN CAHIER DES CHARGES SANS AMBITION, UN OUTIL SANS PHILOSOPHIE »

La commission Vin et Vigneron bio comme l'ensemble de la filière vin, a pu apprécier que la commission européenne ait acté un cahier des charges pour le vin biologique, seul produit agroalimentaire qui n'en possédait pas jusqu'alors. En revanche, la commission regrette que la difficulté à s'entendre sur ce cahier des charges ait engendré un accord à minima. Avoir statué sur le plus petit dénominateur commun à l'ensemble des pratiques œnologiques observées dans l'Union européenne, nous donne le sentiment d'une version de cahier des charges peu ambitieuse, qui ne pourra pas satisfaire le consommateur. Le risque de créer une confusion entre vinification conventionnelle et vinification biologique est très élevé du fait de trop faibles différences de pratiques. Un cahier des charges devrait être l'expression technique d'une philosophie. Pour aboutir à un vin biologique, tout le travail de vinification et d'élevage doit se faire dans le respect des éléments naturels.

**Les Vignerons Indépendants de France revendiquent, depuis plus de 2 ans, que le vin biologique se base sur le respect du vivant dès l'entrée des raisins en cave, et auraient souhaité désormais la création d'un cahier des charges beaucoup plus ouvert aux pratiques préventives et aux procédés essentiels pour garantir le maintien de la qualité gustative des moûts de raisin.**

Et le consommateur dans tout ça ? Quelle garantie lui est donnée que le vin vinifié biologiquement est significativement différent du vin issu d'une vinification conventionnelle ? Les Vignerons Indépendants de France attendent avec impatience la réouverture des discussions en 2015 pour présenter à nouveau la philosophie qu'ils veulent défendre.

### QUE SONT DEVENUS LES DOSSIERS DE 2011 ?

#### SUR LA MOBILISATION CONTRE LA LIBÉRALISATION DES DROITS DE PLANTATIONS



Ce sujet a été fortement relayé en 2012, particulièrement auprès des décideurs politiques, nationaux et européens. Suite à ce travail de lobbying mené par les organisations de la production nationale et européenne, mais également par les États membres producteurs et les députés européens, le commissaire européen à l'agriculture Dacian Cioloș a créé un Groupe à Haut Niveau (GHN), composé d'experts de chaque État membre, afin d'échanger sur l'avenir de ce système.

Les Vignerons Indépendants de France ont régulièrement relayé le message en faveur du maintien d'un système d'encadrement de la production sur tous les segments, y compris les VSIG, pour un maintien de l'équilibre des marchés.

En fin d'année 2012, le GHN a rendu des conclusions encourageantes, qui devraient permettre d'aboutir à une solution satisfaisante en 2013.

#### SUR LA TENUE DES REGISTRES D'ENTRÉES DE PRODUITS VITIVINICOLES

En mars 2012, les Vignerons Indépendants de France ont rencontré les représentants de la DGCCRF et de la DGDDI, afin d'aborder la question de l'obligation de tenir des registres d'entrées de raisins. L'objectif était de négocier un contenu qui soit favorable aux vignerons indépendants. Une proposition de « registre à minima » a été soumise par Michel Issaly aux représentants de l'administration, qui a accueilli favorablement cette initiative.

#### **La proposition de registre d'entrées des Vignerons Indépendants de France a été validée par l'administration :**

- La pesée ne sera pas rendue obligatoire pour les entreprises Vignerons Indépendants. Un système d'équivalence « par benne » suffira.
- Le registre pourra être tenu dans un premier temps sur un « petit carnet de vendanges » : il sera considéré comme un document intermédiaire en cas de contrôle.

- Les écritures devront être mises à jour le lendemain, dans un cahier à feuillets fixes qui vaudra registre des entrées. Il y sera indiqué : le numéro d'apport, la date d'entrée, la catégorie de produit (AOP/IGP/VSIG cépage-millésime), le cépage (s'il est revendiqué sur l'étiquette), et la quantité (en équivalent bennes/caisses).

Un courrier commun de la DGDDI et de la DGCCRF, adressé en fin d'année 2012 à l'ensemble des organisations professionnelles de la production, est venu confirmer ces éléments.

#### SUR LES GROUPEMENTS PRODUCTEURS

Depuis plusieurs années, la reconnaissance des organisations de producteurs (OP) au niveau national fait débat. Il s'agit d'un enjeu important pour notre mouvement qui a demandé à ce que **les critères définissant cette reconnaissance des OP n'excluent pas les vigneron indépendants**. En effet, les seuils minimums de volumes de production proposés par l'administration sont très élevés, et basés uniquement sur un objectif de concentration de l'offre. Les Vignerons Indépendants de France ont dénoncé en 2011 l'efficacité de ce système, estimant que **les groupements de producteurs doivent permettre aux vignerons de développer une stratégie d'entreprise grâce à la mise en commun de moyens**.

En début d'année 2012, dans le cadre des échanges à venir sur la réforme de la PAC, les Vignerons Indépendants de France ont réuni à 2 reprises le groupe de travail consacré à ce dossier en interne (composé d'un nombre restreint d'élus et d'administratifs). Il était en effet possible d'imaginer que les futurs textes européens viennent à privilégier l'attribution de certaines aides via ce type de structures, ce qui aurait alors fortement défavorisé notre mouvement. Finalement, il n'en a pas été question dans les discussions qui ont eu lieu au niveau européen.

Enfin, suite aux élections présidentielles françaises et au changement de ministre de l'Agriculture, la rédaction du décret relatif aux organisations de producteurs a été suspendue. Le Ministre Stéphane Le Foll a néanmoins annoncé **une prochaine « Loi d'avenir » sur l'agriculture pour fin 2013**. Ce sujet devrait donc revenir à l'ordre du jour dès 2013.

#### SUR LA GESTION DES SOUS-PRODUITS

La gestion de l'élimination des sous-produits a entraîné des difficultés en 2010-2011. En effet, les textes prévoient l'obligation pour les vignerons de livrer leurs sous-produits à la distillerie pour qu'ils soient détruits. Or, suite à la modification de l'OCM de 2008, certaines distilleries ont facturé les vignerons pour cette prestation, ce qui a créé de nouveaux coûts.

Certains vignerons ont donc demandé à bénéficier des dérogations prévues dans les textes, afin d'éliminer leurs sous-produits sans passer par la distillerie (épandage, méthanisation, etc.). Les échanges au niveau national entre l'administration, les organisations de la production et les représentants des distilleries ont permis d'apporter des solutions dans la plupart des cas. Néanmoins, des problèmes ont persisté dans certaines régions. La Confédération a donc mis en place en février 2012 un questionnaire portant sur la gestion des sous-produits, adressé à l'ensemble des fédérations. L'objectif étant de faire un état des lieux des situations dans chaque département, pour avoir une vision globale. Il ressortait qu'en 2012, des vignerons étaient facturés par leur distillerie (à 27 € par tonne en moyenne).

Ces éléments ont pu être pris en compte dans les discussions au sein du groupe de réflexion FranceAgriMer consacré à l'évolution de la mesure d'aide aux prestations vitiques dans le cadre du nouveau PNV. Finalement, après de nombreux débats, le choix a été de maintenir le principe d'une obligation de livraison en distillerie, avec néanmoins la possibilité, en cas de facturation, de renvoyer la discussion au niveau des Bassins viticoles, avec possibilité alors de déroger à l'obligation nationale.



### 2.1.3 REPRÉSENTATION DANS LES INSTANCES

#### À FRANCEAGRIMER

FranceAgriMer est composé d'un Conseil de direction spécialisé « vin », qui se réunit tous les mois, au sein duquel les représentants des « métiers » bénéficient de sièges. **Michel Issaly** y représente notre organisation et les intérêts de nos adhérents. De même, la présence d'une personne du Pôle syndical y est systématique, afin de relayer ensuite l'information aux fédérations et élus.

En outre, la confédération participe à l'ensemble des groupes de travail mis en œuvre par FranceAgriMer. L'année 2012 a été particulièrement marquée par les 5 groupes de réflexion FranceAgriMer sur le Programme national viticole (PNV), consacrés aux mesures Investissements, promotion vers les pays tiers, restructuration du vignoble, prestations viniques et aux éventuelles nouvelles mesures. Ils se sont réunis 3 fois chacun ! Un élu et un administratif y ont systématiquement représenté notre mouvement.

N'oublions pas enfin que les Vignerons Indépendants de France sont aussi représentés au groupe de travail Recherche et développement, présidé par Xavier de Volontat, au groupe de travail Promotion ainsi qu'au Comité de pilotage prestations vinique et au Comité bois et plants.

#### À L'ANIVIN

Michel Issaly, Claude Robert, Pierre-Etienne Garzaro, Philippe Miele, Francis Motard, et Sandrine Forestier, représentent les Vignerons Indépendants de France au sein du Conseil d'Administration de l'ANIVIN. Cela permet de garantir la prise en compte des intérêts des Vignerons Indépendants sur le segment des vins sans IG.

#### À L'INAO

**Michel ISSALY** représente les Vignerons Indépendants de France au sein du comité IGP de l'INAO et de sa commission permanente.

#### À L'IFV (institut français de la vigne et du vin)

**Xavier de Volontat et Joseph Audoain** siègent au sein de l'IFV au titre des Vignerons Indépendants de France.

#### À VIN ET SOCIÉTÉ

Ce sont **Jean-Charles Tastavy et Agnès Payan** qui y représentent notre mouvement. Cette dernière a d'ailleurs été élue Secrétaire générale adjointe de Vin et Société lors du renouvellement de son Bureau.

## 2.2

### ... ET AU-DELA : LA CONFEDERATION EUROPEENNE DES VIGNERONS INDEPENDANTS

**2012 a été une année importante pour la CEVI qui a fêté ses 10 ans d'activité. Malgré sa petite structure, elle s'est montrée active sur les principaux dossiers européens, notamment sur la réforme de la PAC et les droits de plantation. 2012 a été une année d'agrandissement avec l'entrée de la Bulgarie et aussi d'affirmation de son statut d'organisation européenne avec les célébrations des 10 ans de la CEVI à Bruxelles.**



#### 2.2.1

### PRÉSENTATION DE LA CEVI ET DE SES MEMBRES

#### LA CEVI, 10 PAYS MEMBRES, UN MÊME MÉTIER.

Créée en 2002, la Confédération Européenne des Vignerons Indépendants poursuit année après année son développement. Aujourd'hui, la CEVI rassemble et représente les vignerons indépendants de ses 10 associations membres :

- Vignerons Indépendants de France
- FENAVI, Portugal
- Bodegas Familiares de Rioja
- Association Suisse des Vignerons Encaveurs Indépendants
- OPVI, Luxembourg
- Vindependent, Hongrie
- Family Estate Slovenia
- FIVI, Italie
- VIQ, Canada (Quebec)
- BAIW (Bulgarie)

L'objectif général de la CEVI est de défendre et de représenter les intérêts des vignerons indépendants sur la scène européenne. Cet objectif se décline sous plusieurs types d'actions, comme le lobbying, l'organisation de rencontres et le développement du réseau européen des vignerons indépendants.

Les vignerons indépendants européens sont réunis derrière une même définition :

« le vigneron indépendant, l'homme par qui le Terroir se fait vin »

#### LES REPRÉSENTANTS DES VIF À LA CEVI.

Thomas Montagne est le Président de la CEVI. Les Vignerons Indépendants de France, comme les autres membres de la CEVI, disposent de cinq délégués à l'Assemblée générale de la CEVI : Xavier de Volontat, Jean-Charles Tastavy, Agnès Payan, Pierre Jeanjacques et Michel Issaly. Par ailleurs, Michel Issaly est également trésorier de la CEVI.

## STRUCTURE ADMINISTRATIVE

En interne, il faut noter l'arrivée de Giulia Castellucci en juin 2012 comme nouvelle chargée de mission de la CEVI. Ce recrutement fait suite au départ de Maud Plener qui a brillamment officié à ce poste durant plus de 7 ans et a décidé de poursuivre son aventure professionnelle dans le vignoble familial.

### 2.2.2

## ACTIONS MENÉES

### DROITS DE PLANTATION

Tout au long de l'année, la CEVI a fait entendre son opposition à la libéralisation des droits de plantation, en accord avec les autres représentants européens de la production vitivinicole (EFOW, COPA COGECA, AREV).

Le 19 mars, une délégation de la CEVI, emmenée par le Président Thomas Montagne et les membres du Bureau (Claude Bocquet-Thonney, Costantino Charrère et Laurent Kox) a participé au colloque organisé au Parlement européen sur les droits de plantation. Thomas Montagne y a pris la parole pour défendre le maintien des droits de plantation devant les 350 participants (Parlementaires européens et nationaux, ministres, membres de la Commission, professionnels de la filière). Franc succès, ce colloque a permis de montrer à la Commission européenne que le Parlement européen, un bon nombre d'États membres et les professionnels européens demandent le maintien des droits de plantation.

La CEVI non seulement a suivi l'évolution du dossier en restant en contact direct avec les décideurs européens (la Commission et les membres du Parlement), mais a aussi profité de la célébration de ses 10 ans pour souligner l'importance du maintien d'un système de régulation : à la fin de la soirée un pied de vigne symbolique a été offert à tous les invités.

### RÉFORME DE LA PAC

Avec l'entrée en vigueur du traité de Lisbonne le 1er décembre 2009, la procédure de codécision, renommée procédure législative ordinaire, est devenue la principale procédure législative du système décisionnel de l'UE.

La procédure législative ordinaire confère le même poids au Parlement européen et au Conseil de l'Union sur un large éventail de domaines. Pour la première fois, le Parlement est décideur à part entière sur l'agriculture. Après la publication des propositions législatives de la Commission européenne à la fin de l'année 2011, le Parlement européen, et en particulier la commission Agriculture, est devenu le centre du débat sur la PAC. La CEVI a mené un important travail d'étude et veille concernant les questions d'intérêt pour les vignerons indépendants : notamment les DPB, les organisations de producteurs, la gestion de crise et les droits de plantation.

Les revendications des vignerons indépendants ont été portées et défendues auprès des députés européens chargés d'écrire un rapport sur les propositions de la Commission, pendant des rencontres individuelles ou lors des réunions de l'Intergroupe Vin du Parlement européen auxquelles la CEVI participe régulièrement.

### VENTES À DISTANCE

Les entraves existant à la vente à distance de vin à destination des particuliers sont une problématique commune à tous les vignerons européens. Pour cela, la CEVI a relevé le défi d'en faire un sujet de débat au niveau européen dans le but de trouver

une solution à cet empêchement. La CEVI a pris contact avec le Cabinet du commissaire Šemeta en charge de la fiscalité et de l'union douanière. Suite à une première rencontre avec le Cabinet et la DG TAXUD, la CEVI a présenté la problématique devant le Groupe de Contact accises de la Commission européenne. Le Groupe est composé de représentants des fédérations professionnelles européennes, des administrations des États membres et de la Commission, qui assurent la communication sur l'EMCS (Système des mouvements et des contrôles des produits soumis à accises) auprès des associations européennes d'opérateurs.

Les ventes à distance de vin seront un sujet phare des activités institutionnelles de la CEVI pour l'année 2013.

### ENREGISTREMENT OBLIGATOIRE DE L'UTILISATION DE SO<sub>2</sub>

La fin de l'enregistrement obligatoire de l'utilisation de SO<sub>2</sub>, dans les registres de manipulation, a été officiellement actée par la publication au JOCE du 13 avril du règlement 314/2012.

Cette mesure avait été ajoutée in extremis lors de la réforme de l'OCM de 2008, sous la pression des pays nordiques et des consommateurs. La CEVI se mobilisait depuis plusieurs mois pour obtenir le retrait de cette mesure, considérée comme disproportionnée, inefficace et inapplicable.

Le règlement indique que « par souci de réduction des charges administratives, il convient de supprimer l'obligation consistant à indiquer dans les registres l'addition de sulfites, étant donné que les sulfites ont été ajoutés à différentes étapes de la production et de la manutention du vin et que la teneur finale ne correspond pas à la somme des sulfites indiqués ».

Il s'agit précisément des arguments mis en avant par la CEVI et la filière viticole européenne.

Cette mesure est entrée en vigueur 3 jours après sa publication au Journal officiel, soit le 16 avril 2012.



### 2.2.3

#### ANIMATION DU RÉSEAU

##### LE 10<sup>E</sup> ANNIVERSAIRE DE LA CEVI

Le 28 novembre, les 10 pays membres de la CEVI se sont retrouvés au Palais des beaux-arts de Bruxelles, pour célébrer le 10<sup>e</sup> anniversaire de la Confédération, autour d'un cocktail dînatoire.



Les représentants des Institutions européennes, des ambassades nationales et les membres des principales organisations professionnelles viticoles et agricoles ont trinqué à la santé de la CEVI. Ce moment festif a aussi réaffirmé le rôle actif de la CEVI dans la capitale européenne en tant que représentant des intérêts des vignerons indépendants.

Initiée en 2002 par la Suisse, le Portugal et la France, qui faisaient le constat que la majorité des règlements gérant le métier du vigneron venait de l'Europe, la CEVI est désormais un véritable réseau de vignerons indépendants européens qui compte maintenant dix fédérations membres.

##### DES OCCASIONS DE RENCONTRES À TRAVERS L'EUROPE

Dans un réseau international, l'échange d'information et la communication sont primordiaux.

En 2012, les membres de la CEVI se sont rencontrés en avril en Hongrie, à l'occasion de l'assemblée générale, et en novembre à Bruxelles à l'occasion du Conseil d'administration qui a eu lieu le jour suivant la célébration des 10 ans. Ces deux moments de l'année ont été importants pour définir les priorités et les finalités de la confédération. De plus, le Conseil d'administration ayant lieu dans la capitale européenne, une délégation de la CEVI (Thomas Montagne, Président CEVI et secrétaire général des VIF, Ivo Varbanov, président de BAIW, Costantino Charrère, président de FIVI et Giulia Castellucci chargée de mission CEVI) a rencontré le chef de Cabinet du Commissaire Ciolo et Alexandra Catăloa, membre du Cabinet.

À cette occasion, la CEVI a pu indiquer ses positions sur la réforme de la PAC et les droits de plantations par la voix de 3 de ses 10 fédérations membres.

La 2<sup>e</sup> édition de « Mercato dei Vini », le salon grand public organisé en Italie par FIVI, auquel ont participé aussi des vignerons français, a été une autre occasion de rencontres. Cet événement a permis aux vignerons d'avoir un contact direct avec des consommateurs du nord de l'Italie et aussi d'échanger avec leurs homologues.

##### LA E-LETTRE

La e-lettre, en version multilingue, reste un important outil de communication pour tenir au courant les adhérents des activités de la Confédération au niveau européen et pour informer les fédérations nationales des activités de leurs homologues.

#### WINENVIRONMENT

En 2012 la CEVI a été partenaire, avec 11 autres acteurs européens, du projet WINENVIRONMENT.

Le projet **WINENVIRONMENT** émane de l'engagement d'acteurs de la filière vitivinicole pour le développement durable dont la finalité est de trouver un équilibre cohérent et viable à long terme entre l'économie, le social et l'environnement. En effet, conscients de l'impact environnemental que peuvent avoir les activités vitivicoles, et face à l'augmentation des prix de l'eau, des énergies et du traitement des déchets, les acteurs de la filière ont fixé un objectif : concilier réduction de l'impact environnemental et compétitivité des entreprises de la filière. Le projet, coordonné par l'IFV (Institut français de la vigne et du Vin), a eu pour objet de valider l'intérêt des nouvelles pratiques ou technologies pour réduire les consommations en eau et énergie et réduire les pollutions, tout en fournissant de meilleures performances.

[www.winenvironment.eu/index.php](http://www.winenvironment.eu/index.php)

### 2.2.4

#### DÉVELOPPEMENT

##### BULGARIE : NOUVEAU MEMBRE !



BULGARIAN ASSOCIATION OF  
INDEPENDENT WINEGROWERS

Les vignerons indépendants bulgares, rassemblés au sein de la jeune association Bulgarian Association of Independent Winegrowers, sont devenus le 10<sup>e</sup> membre de la Confédération Européenne des Vignerons Indépendants. L'adhésion de BAIW a été validée lors de l'Assemblée générale organisée à Budapest le 25 et 26 avril 2012. L'adhésion de la Bulgarie à la CEVI vient rendre le réseau des vignerons encore plus fort et représentatif de toutes les facettes de la viticulture indépendante en Europe.



#### POUR EN SAVOIR PLUS :

**Vous souhaitez réagir à l'un des sujets abordés dans ce rapport d'activités ? Certaines informations vous manquent et vous souhaitez avoir plus de détails ? N'hésitez pas à contacter le bureau administratif de la CEVI !**

**Par email :** [contact@cevi-eciw.eu](mailto:contact@cevi-eciw.eu)

**Par téléphone :** +33 (0)1 53 66 32 99

**Rendez-vous aussi sur le net :** [www.cevi-eciw.eu](http://www.cevi-eciw.eu)



# 03

## ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES

**3.1**  
LES MANIFESTATIONS EXTERIEURES

**3.2**  
LE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES

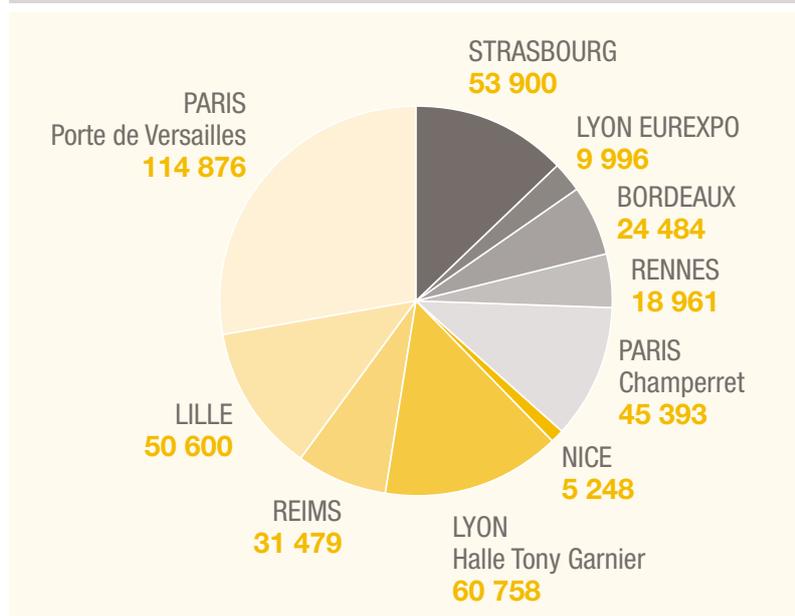
## 03 | Accompagner les entreprises

### 3.1 LES MANIFESTATIONS EXTÉRIEURES

#### 3.1.1 SALONS GRAND PUBLIC

SUR FOND DE CRISE, UN IMPACT MODÉRÉ SUR LES ACHATS

Fréquentation salons grand public 2012



Cette année encore, 10 salons grand public ont ouvert leurs portes et reçu 416.000 visiteurs contre 437 000 en 2011.

Les fluctuations de fréquentation varient d'un salon à un autre. La période, la durée d'existence du salon, mais aussi des contextes spécifiques d'un salon à l'autre (en particulier concurrentiel, météorologique et calendaire) sont autant de facteurs qui impactent la fréquentation.

L'élément économique est le plus difficile à appréhender. La crise économique se durcit avec son lot de chômage en hausse, de restrictions budgétaires, de morosité généralisée.

Au vu des éléments déclaratifs des exposants, l'onde de choc de la crise n'a pas encore touché des événements comme les nôtres, les salons grand public.

Pour autant, il faut rester vigilant aux attentes du consommateur et développer pour lui les conditions optimales d'achat.

Par ailleurs, le choix des exposants à participer à un ou plusieurs salons s'est également renforcé depuis quelques mois. Les vigneronniers réfléchissent à 2 fois avant de s'engager.

L'effet direct de cette évolution est la contradiction dans laquelle on se trouve, entre la volonté affichée de tous de participer à des salons de plus de 10 ans, confortablement installés dans les villes avec un turn-over de participation faible, et la retenue d'investir dans de nouveaux salons.



### DES SERVICES MAINTENUS ET DÉVELOPPÉS

Les services visiteurs ont été maintenus et développés. Certains sont communs (service de prêt de chariots, aire d'enlèvement) et d'autres plus ciblés. Ainsi, le salon d'Eurexpo est l'occasion d'offrir le parking gratuit pour les visiteurs, le salon de Champerre propose une expédition à domicile à 3 euros le carton, etc. Chaque site a ses particularités, charge à l'organisation de s'adapter dans le but, toujours, de répondre aux besoins des acheteurs, voire de leur en faire émerger d'autres.

### UNE APPLICATION SALON DES VINS DES VIGNERONS INDÉPENDANTS

Cette nouvelle application a été développée pour Iphone et Android. Cet outil a pour but de permettre aux visiteurs de préparer leur visite en amont du salon ou sur place. À terme, l'application devrait se substituer au catalogue des salons. Sortie en fin d'année, à l'occasion du salon de la Porte de Versailles, l'application plait aux vigneron et aux visiteurs. Des modifications seront apportées au fur et à mesure de son utilisation pour l'améliorer.

Le taux d'équipement des Français en smartphone rend incontournable ce type d'outils qui évoluent par ailleurs assez vite. Les technologies aidant, il y a de fortes chances que le service rendu soit meilleur dans l'accès à l'information, mais sans doute aussi dans l'utilisation de l'information.

En tout cas, les vigneron indépendants ne pouvaient passer à côté.



### DES SÉLECTIONS À DISPOSITION DES VISITEURS



Après la Revue des Vins de France et le blog Vinsurvin pour le salon de la Porte de Versailles, c'est au tour des salons de Lyon et Lille de proposer une sélection aux visiteurs.

La taille de nos salons, que ce soit en surface ou en nombre d'exposants, rend difficile la visite pour certains visiteurs et limite l'effet découverte sur les salons. Les visiteurs ont donc besoin de clefs pour orienter et faciliter leur visite.

#### Pour cela, aujourd'hui ils disposent :

- Des invitations reçues de la part de vigneron
- Du site internet pour préparer leur visite
- La liste des médaillés au Concours des vins des Vignerons Indépendants qui exposent dans chaque salon.
- Sans compter, la lecture des enseignes qui sont aussi une façon de vivre le salon, le nez en l'air en répondant à ses propres envies de dégustation.

Malgré cela, on constate que les visiteurs ont besoin de disposer d'un large panel d'outils pour choisir celui qui les séduit le plus et s'en servir pour faire de nouvelles découvertes.

Cette année, le blogueur Fabrice Le Glatin a dégusté les vins des exposants des salons de Lyon et Lille en plus de celui de Paris pour établir sa sélection pour chacun des salons. Chaque exposant, désireux de participer, présentait un vin de sa production quel que soit le nombre de salons auxquels il participait.

### SCÉNOGRAPHIE ET IMPLANTATIONS

Un cahier des charges a été remis à une architecte DPLG et scénographe qui a expertisé nos salons selon 3 critères :

- Les conditions d'accueil
- La circulation
- L'orientation des visiteurs

Cette expertise a mis en évidence des lacunes, des incohérences et des erreurs. Des réponses seront apportées avec la mise en place de mécaniques susceptibles d'installer le visiteur dans les meilleures conditions de visite. Ainsi, il gardera le meilleur souvenir possible de sa venue et de sa rencontre avec les vigneron qui fait le cœur du salon.

Un investissement est nécessaire. La bascule avec les nouvelles orientations s'étalera dans le temps.

Le 1<sup>er</sup> essai s'est fait pour le salon de Lyon dont l'accueil était particulièrement exigü. L'accueil a été déporté permettant ainsi d'accueillir les visiteurs dans un espace plus aéré, mieux marqué de l'identité des vigneron indépendants, et plus informatif sur le contenu du salon. Cette zone d'accueil se transforme avant ouverture en zone d'attente et évite aux visiteurs de subir les aléas climatiques.

Cette réorganisation permet également, point non négligeable, une gestion des approvisionnements et de l'évacuation des déchets plus discrètes vis-à-vis des visiteurs et plus agréable pour les personnels des parcs. Les axes d'amélioration dégagés seront mis en pratique en 2014 avec des essais sur 2013 sur certains salons.

## COMMISSION ET GROUPES DE TRAVAIL

### COMMISSION « ÉVOLUTIONS SALONS »

La commission « Évolutions salons » est un groupe élargi de la commission salons. Ce groupe a pour vocation d'échanger plus largement sur le sujet des salons, force de propositions et de points de vue, elle permet d'enrichir la réflexion. Son modèle étendu à des « non-élus » de l'organisation, présente l'atout majeur d'une plus grande diversité dans les prises de paroles.

Une grande étude salons a été lancée en 2011 auprès des exposants, tous salons confondus.

Sur la base des résultats, la commission s'est réunie pour aborder l'ensemble des sujets traités.

Les aspects organisationnels, le rapport qualité-prix, les performances commerciales sur chaque salon, les services dédiés aux visiteurs, ont été autant de thèmes traités dans le questionnaire.

À noter que 90 % des exposants sont satisfaits ou très satisfaits de l'organisation des salons nationaux.

Fort de ce constat, l'organisation se doit de s'orienter très fortement sur la qualité de réception des visiteurs et de la connaissance de leurs besoins et attentes.

Le respect du règlement des salons contribue, de façon aussi importante que la mise en oeuvre de services, aux bonnes conditions d'accueil du visiteur.

### GRUPE DE TRAVAIL « SOIRÉE AVANT-PREMIÈRE »



6 vigneron aux profils différents ont intégré ce groupe. Deux d'entre eux qui n'avaient pas participé aux éditions précédentes, deux qui avaient déjà participé et deux membres permanents de la Commission salons.

Leur réflexion s'est engagée sur la base des résultats de l'enquête réalisée auprès des exposants salons dont un des volets concernait la soirée.

#### À l'issue des différents débats, le groupe a préconisé :

- La reconduction de la soirée dans les mêmes conditions que l'année précédente (verres professionnels, service de chariots, parking gratuit, gestion centralisée des invitations par l'organisation, vestiaire)
- Le maintien du tarif à 150 euros HT la participation
- Le changement de principe des implantations à savoir qu'il n'y aurait plus de zone dédiée aux vigneron participants à la soirée, mais une implantation classique. Les stands des vigneron non participants resteront fermés

Le Conseil d'administration a validé ces propositions.

La soirée s'est donc tenue dans ces conditions. On a noté une légère baisse des inscrits vigneron (650) et une légère augmentation de la fréquentation (8.000).

### GRUPE DE TRAVAIL NOUVEAUX SALONS

Un groupe de travail a été constitué pour affiner le projet de création de nouveaux salons.

#### La création de nouvelles manifestations repose sur 2 objectifs :

- Répondre à la demande croissante de vigneron et de visiteurs ;
- Diversifier les ressources de la Confédération et permettre le développement d'autres actions confédérales.

#### Aussi, le concept de ces salons se décline en plusieurs points :

- Des salons à thèmes plus petits, plus qualitatifs ;
- Des conditions d'inscription claires pour les fédérations et les exposants : 1 inscrit sur une thématique de salons ne peut participer à d'autres thématiques ;
- Des entrées payantes pour les visiteurs ;
- Des duplications du même thème dans plusieurs villes ;
- 1 engagement moral des vigneron pour limiter les rotations trop importantes lors de lancement de salons. À cet engagement moral s'ajoute le tutorat d'exposants habitués de nos salons aux exposants « débutants » sur nos événements ;
- 1 création d'ambiance qui tranche avec les salons dits « classiques ».

Les 1<sup>ères</sup> programmations sont envisagées pour 2013 en débutant par la thématique des « Vins d'été » au Pavillon Baltard à Nogent-sur-Marne et les « vins rouges et rosés » à Blotzheim en Alsace.

## 3.1.2 SALONS PROFESSIONNELS

### ROYAUME-UNI, LE 18 JANVIER 2012 À LONDRES : INTRODUCING THE FRENCH ASSOCIATION OF INDEPENDENT WINEGROWERS



### UNE TROISIÈME ÉDITION POUR CONFIRMER LA LÉGITIMITÉ DE VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE SUR LE MARCHÉ BRITANNIQUE

Le marché britannique reste un marché crucial pour les vins français sur lequel on peut observer une légère remontée des achats des vins français. Vigneron Indépendants de France confirme sa présence sur le marché pour cette 3<sup>ème</sup> année, conforté par les signaux forts d'intérêts envoyés par les professionnels anglais.

Nous avons donc co-organisé, pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive, le salon de Londres « Introducing the French Association of Independent Winegrowers ».

**Pour rappel, cet événement se déroule sur 2 jours :**

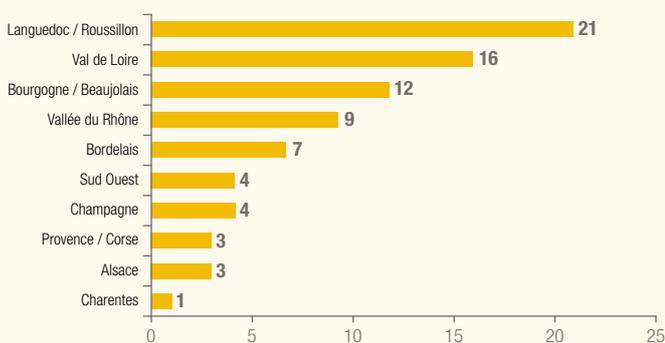
- Le 17 janvier : Remise de l'analyse du potentiel de marché et conférence Ubifrance en fin d'après-midi avec intervention d'opérateurs britanniques suivi d'un dîner convivial ;
- Le 18 janvier : rencontre avec les acheteurs du grand Londres.

Comme les années précédentes, nous étions 3 entités organisatrices : Ubifrance le financeur du projet, Wine4Trade en charge du recrutement des visiteurs et Vignerons Indépendants de France, en charge de la gestion des exposants.

**UNE LIGNE DE CONDUITE : LA REPRÉSENTATIVITÉ DU VIGNOBLE FRANÇAIS**

En 2012, nous avons maintenu le nombre d'exposants à 80. Nous avons reçu 105 intentions de participation, soit 41 % de demandes en moins par rapport à 2011. Cette année encore, l'arrivée tardive des informations tarifaires de la part d'Ubifrance a joué sur la participation des vigneron. 44 % des exposants participaient au salon pour la première fois. Nous avons donc une offre intéressante pour les acheteurs, entre renouvellement et nouveaux millésimes.

Répartition des exposants par région



Cette année, contrairement aux années précédentes, nous avons eu moitié moins de vigneron bordelais. En effet, le marché au Royaume-Uni est peu enclin à la consommation de vins de cette région actuellement. Nous avons cependant une représentativité homogène des vignobles français.

**UNE ADAPTATION DE L'OFFRE À LA RÉALITÉ DU MARCHÉ ANGLAIS**

Sur ce salon, nous proposons aux vigneron de disposer sur des tables, illustrées par des stands parapluie, des bouteilles de leur choix correspondant aux instants lors desquels ils pourraient être dégustés selon les codes britanniques :

- Instants légers
- Instants passion
- Instants rosés
- Instants effervescents

Ces espaces sont appréciés des visiteurs, puisqu'ils leur permettent de déguster des vins et de se rendre ensuite vers les producteurs concernés. L'« Instant passion » reste le plus fourni, mais on a remarqué une évolution par rapport à 2011. Les tables « Instants légers » et « Instants rosés » ont été plus fournies.



### DES VISITEURS FIDÈLES

En 2012, nous avons accueilli 284 acheteurs et prescripteurs sur le salon, soit une augmentation de 22 % par rapport à 2011.

### DES EXPOSANTS GLOBALEMENT SATISFAITS, MAIS DES ACHATS QUI TARDENT

À 2 mois du salon, 63 % des exposants se disaient satisfaits du salon. La mise en place et le professionnalisme de l'organisation de la journée ont été appréciés. On peut regretter pourtant le manque de relais sur le site internet dédié aux acheteurs sur lequel peu de vigneron capitalisent.

Comme les années précédentes, les motivations principales des exposants à participer sont à 31 % l'opportunité de s'implanter sur le marché anglais et à 15 % l'entretien des relations avec leurs clients existants. Pour 25 % d'entre eux, le fait que ce salon soit organisé par Vignerons Indépendants de France est une raison suffisante pour y participer, ce qui démontre la confiance des vigneron envers la confédération.



À 2 mois du salon, ils étaient déjà 58 % à avoir été contactés par des acheteurs. 6 mois plus tard, 62 % avaient reçu des commandes. En 2012, les acheteurs ont plus acheté puisque si 38 % des exposants qui ont vendu ont eu 1 commande, 31 % ont eu 3 commandes, 23 % 2 commandes et l'un d'entre eux a même eu 5 commandes.

Les vins qui se sont le plus vendus sont les AOP, rouge et blanc (respectivement 29 % et 32 %), laissant une belle part du marché au rosé (13 %). Les prix moyens départ cave restent assez bas : 55 % en dessous de 5 € et 33 % entre 5 et 10 €. Les quantités vendues sont variables : 39 % une moitié de palette, 39 % une palette et 22 % plus d'une palette.

Les acheteurs sont majoritairement des importateurs (55 %), des commerces de détail (18 %), des CHR (13 %).

À 8 mois du salon, 58 % des exposants envisageaient de revenir en 2013.

Comme les années précédentes, ce salon a été positif dans l'ensemble et a atteint les objectifs de développement des ventes des vigneron indépendants sur le marché anglais. L'image « French Independent Winegrowers » commence à être connue et reconnue des professionnels pour sa diversité et la qualité des vins.

### FRANCE, LE 5 MARS 2012 À PARIS : SALON PROFESSIONNEL DES VINS DES VIGNERONS INDÉPENDANTS D'EUROPE.



Depuis 13 ans le Salon Professionnel des Vins des Vignerons Indépendants d'Europe a attiré des visiteurs de tous secteurs. International depuis 2007, avec l'entrée des membres de la CEVI en tant qu'exposants, il permet aux professionnels et aux vigneron d'échanger dans un climat plus propice aux affaires.

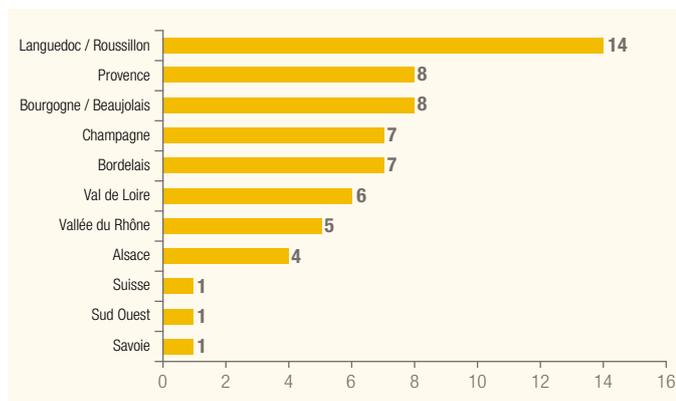
### UNE PARTICIPATION QUI S'ESOUFFLE CÔTÉ FRANÇAIS ET CÔTÉ EUROPÉEN

Pour ce salon nous avons reçu 161 intentions de participation qui n'ont été confirmées qu'à 34 %.

61 vigneron français ont choisi d'exposer cette année, en collaboration avec 1 vigneron suisse uniquement. Le salon enregistre une perte de 50 % d'exposants entre 2011 et 2012, nous avons eu moitié moins d'exposants. Les raisons de cette faible participation sont liées en majeure partie au salon Prowein qui a eu lieu le même jour. Entre les dates de salons majeurs internationaux, les vacances scolaires parisiennes et les disponibilités des Parcs d'exposition, le positionnement dans le calendrier est délicat.

Cependant, le salon a pu offrir aux acheteurs professionnels une belle représentativité des régions viticoles françaises, malgré le peu de vigneron du Sud-Ouest.

#### Exposants par région



#### UN SALON DE BELLE TENUE AVEC UNE OFFRE CLAIRE

La scénographie du salon est la même que celle mise en place en 2011 : stands comptoirs, absence de cloisons et identification des régions par couleurs. Elle permet une bonne circulation des visiteurs et l'offre est clairement identifiée.

Cette année, nous avons mis en valeur l'espace de dégustation libre avec les stands parapluie utilisés au Royaume-Uni pour correspondre à des instants de consommation : Instants légers, Instants Passion, Instants Rosés et Instants Effervescents. Cet espace a été apprécié des visiteurs comme des exposants.

#### UN RECRUTEMENT VISITEURS VIA NOTRE PROPRE BASE DE DONNÉES, MAIS UN VISITORAT ABSENT

Cette année, nous avons modifié le recrutement visiteurs. Nous avons fait l'acquisition de bases de données CHR sur la France entière. Au final, plus de 100 000 adresses ont été achetées. Nous avons également fait appel aux services de la société Vitisphere.

Prowein étant le même jour que notre salon, nous avons axé le recrutement vers tous les acteurs CHR d'Ile-de-France ainsi que ceux situés à 2h de train de la région parisienne (Bretagne, Pays de la Loire, Champagne-Ardenne, Sud-Ouest, etc.), soit 30 874 sociétés.

La veille du salon, 371 acheteurs prévoient de visiter le salon. 136 d'entre eux sont finalement venus visiter le salon, soit une perte de 63 % pour des raisons soit d'imprévu ou encore des contraintes professionnelles (raisons évoquées lors de la consultation par questionnaire des visiteurs préinscrits non venus). Au total, 200 personnes ont visité le salon.

#### DES RÉSULTATS COMMERCIAUX EN DEMI-TEINTES

Selon les exposants les visiteurs étaient relativement peu intéressés et peu enclins à acheter. Ils ont goûté, pris note des nouveautés, mais il y a eu trop peu ou pas de commandes.

Devant les résultats commerciaux peu probants, le salon professionnel des Vins de Vignerons Indépendants d'Europe est stoppé en 2012. Une réflexion est engagée au sein de la Confédération pour établir de nouveaux moyens d'être au contact des professionnels.

#### PAYS-BAS, 19 ET 20 NOVEMBRE 2012 À AMSTERDAM : WORLD BULK WINE EXHIBITION



#### RÉFLEXIONS AUTOUR DU MARCHÉ DU VRAC

Le marché du vrac est en plein essor sur la scène mondiale des importations et des exportations de vins. En 2011, la France a exporté 2,65 millions de vins en vrac pour 263 millions d'Euros. Elle est la 3ème nation en valeur avec 11 % de parts de marché (derrière l'Espagne et l'Italie) et la 5ème en volume. Actuellement, en plus d'une valorisation des vins vendus en vrac, il existe une demande de la part des professionnels pour des vins de qualité de volumes plus modestes.

Partant de ces tendances, l'Observatoire National des Vignerons Indépendants a interrogé lors d'une de ses enquêtes nationales, à la demande du groupe de travail Vrac, les adhérents pour connaître l'état des ventes de vins en vrac parmi nos adhérents. 40 % d'entre eux destinent leur production à de la vente en bouteille uniquement, 60 % produisent tout ou partie à destination du vrac. Malgré les contrats interprofessionnels, le frein majeur au marché du vrac reste le manque de valorisation des vins.

Le groupe de travail présidé par Agnès Payan a axé sa réflexion sur ce dernier point, comment mieux valoriser le vrac ?

#### 2 axes sont alors expertisés :

- Le projet de plateforme web du vrac français et international à l'initiative de Vitisphere. Le projet en phase de lancement n'est pas encore abouti. Ce projet prendra encore quelques mois avant d'être opérationnel. Pour autant Vignerons Indépendants de France soutient politiquement cette initiative, très nouvelle, et en phase avec les évolutions de ce marché.
- le salon du vrac World Bulk Wine Exhibition d'Amsterdam. Ce salon est le seul salon professionnel de ce type. Il réunit tous les gros opérateurs internationaux, mais s'ouvre de plus en plus à de plus petits opérateurs, en corrélation avec l'évolution de ce marché. Après consultation des adhérents pour une participation sur un stand collectif, 37 vigneron ont exprimé leur souhait de participer à un salon. La plupart d'entre eux avaient des quantités relativement modestes à proposer : 37 % de 240 à 500 hl, 20 % de 500 à 750 hl, 14 % de 750 à 1 000 hl et 17 % de 1 000 à 1 500 hl. Les régions les plus intéressées pour participer à cet événement étaient le Languedoc-Roussillon (44 %), le Bordelais (19 %), le Sud-Ouest (14 %) ainsi que la Vallée du Rhône (11 %).

### LE SALON WORLD BULK WINE EXHIBITION

Ce salon, organisé depuis 2009 par une société espagnole à Amsterdam, plaque tournante du commerce européen, connaît un succès fulgurant, avec toujours plus d'exposants et de visiteurs chaque année :

- Dates : 19 et 20 novembre 2012
- Lieu : RAI Elicium d'Amsterdam
- Cible : agents commerciaux, importateurs, centrales d'achat, négociants, courtiers en vins
- Nombre de visiteurs attendus pour 2012 : 3 000

### UNE PARTICIPATION AU SALON À LA CARTE

Étant sur une participation test à ce salon, nous avons donné le choix aux vignerons sur le format de leur participation au salon. Ils avaient la possibilité de venir sur le salon (à leurs frais) ou uniquement envoyer des échantillons qui seraient présentés par les personnes présentes sur le stand. Le coût de leur participation au salon dépendait du nombre d'échantillons proposés :

- 1 échantillon : 200 € HT, soit 239,20 € TTC
- 2 échantillons : 175 € HT l'un, soit 418,60 € TTC
- 3 échantillons : 150 € HT l'un, soit 538,20 € TTC
- 4 échantillons et plus : 125 € HT l'un, soit 598 € TTC pour 4 échantillons

Au final, 18 entreprises ont participé à ce salon : 8 du Languedoc-Roussillon, 4 du Sud-Ouest, 2 du Bordelais, 2 du Val de Loire et 2 de la Vallée du Rhône. Elles ont présenté 32 échantillons, dont 19 AOP, 12 IGP et 1 Vin sans IG. 5 exploitations ont fait le déplacement et ont animé le stand pour tous.

### “AUTHENTICS BULK WINES AND PERSONALITIES”

L'axe de communication affichée a été de positionner les vins de Vignerons Indépendants.

Sur le stand, nous avons réalisé un panneau « French Independent Winegrowers » avec comme baseline « Authentic bulk wines and personalities » (des vins en vrac authentiques et des personnalités). Des photos artistiques ainsi que le logo Vigneron Indépendant habillaient le stand.

Afin d'uniformiser notre offre, nous avons réalisé des étiquettes spécifiques à apposer sur chaque bouteille. La région, mise en valeur en couleur, permettait au professionnel d'identifier facilement la provenance du vin. Sur l'étiquette figuraient le nom du vigneron, l'appellation, les cépages, le millésime, la quantité disponible ainsi que la teneur en alcool.



### DES VISITEURS PROFESSIONNELS INTÉRESSÉS

3 500 professionnels du vrac (acheteurs, exposants, presse) se sont croisés lors de la Bulk Wine Exhibition de 2012. Les acheteurs qui ont dégusté sur notre stand venaient pour la plupart d'Europe et étaient négociants (50 %) ou bien vendeurs de vins par Internet (22 %).

Hormis des raisons de tarifs qui ne concordaient pas toujours aux attentes de profils d'acheteurs, les professionnels ont manifesté un intérêt et une curiosité réels pour les vins de Vignerons Indépendants. Ils ont été agréablement surpris par notre offre globale de vins français. Nous correspondions aux demandes de vins qualitatifs et de volumes modérés.



### LANCEMENT DU PROJET DE PLATEFORME VIGNERONS INDÉPENDANTS DE FRANCE

#### UN PROJET QUI RÉSULTE D'UN BESOIN DES VIGNERONS

Depuis 2010 un groupe de travail s'est penché sur le projet de lancer une plateforme Vignerons Indépendants de France sur l'Île-de-France. L'Observatoire National des Vignerons Indépendants a lancé une enquête auprès des vignerons afin de connaître leurs besoins et leur intérêt dans le lancement de ce type de projet. Cette enquête a révélé que :

- 55 % des interrogés vendent sur l'Île-de-France
- 13 % ont recours à un entreposage local et 30 % de ceux-ci passent par les services de professionnels
- 2/3 de ceux qui ne commercialisent pas sur l'IDF souhaitent développer leur clientèle sur cette région
- 84 % des répondants sont intéressés par le projet, avec des services associés (prestation logistique) et si le coût est modéré.

Partant de ces résultats, nous avons orienté la réflexion vers le format adéquat ainsi que sur l'intérêt des acheteurs pour cette plateforme.

### DIFFÉRENTS FORMATS ENVISAGÉS

Nous avons réfléchi à plusieurs formats dans un premier temps :

- Plateforme de stockage
- Plateforme de stockage + service logistique
- Plateforme de stockage + service logistique + force de vente

Notre cœur de métier ne correspond pas à ces compétences. Aussi, il paraît plus pertinent de rechercher des partenaires compétents et compétitifs sur ces secteurs et d'y associer notre maîtrise de l'image Vignerons Indépendant.

Suite à ces réflexions, nous avons décidé de nous orienter vers un nouveau format.

### UNE DÉMARCHE DE CONQUÊTE DE MARCHÉS

Une étude commandée à la Junior Entreprise de l'ESSEC Paris auprès des restaurateurs pour mieux connaître leurs besoins en termes de sourcing et d'achats, ainsi que l'adéquation de leur besoin avec notre projet, a permis de mieux connaître ce secteur.

Ils ont été interrogés sur leur besoin éventuel d'une commande et d'une facturation unique, d'un sourcing 100 % vignerons indépendants, d'une livraison à 2 jours de la commande, etc.

Cette enquête a été réalisée auprès de 14 restaurants de quartier, 12 brasseries/bistrot, 4 chaînes de restaurants, 5 restaurants gastronomiques haut de gamme, soit 35 établissements représentatifs de ce que l'on peut trouver en IDF.

#### L'enquête a révélé que :

- La consommation du vin dans ces établissements représente 21 % du chiffre d'affaires ;
- 70 % des restaurateurs réalisent eux-mêmes leur carte des vins, 43 % renouvèlent leur carte 2 fois par an, contre 5 fois pour leur carte de restauration ;
- Moins de 300 bouteilles sont consommées par mois ;
- Ils s'approvisionnent auprès des grossistes (44 %) et des producteurs (41 %) ;
- Le délai moyen entre la commande et la livraison est de 6 jours ;
- 94 % des restaurateurs sont satisfaits de leurs délais et conditions de livraison actuelles, 15 % uniquement souhaitent regrouper leurs commandes et factures ;
- 90 % sont satisfaits de leurs conditions de stockage actuelles.

Nous les avons interrogés sur la création d'une carte des vins Vignerons Indépendants de France, ils ont manifesté leur intérêt pour l'animation et l'image Vignerons Indépendants de France, mais les services liés à la carte les enthousiasment moins.

La cible des professionnels que sont les restaurateurs n'est pas une cible en quête de nouveauté, ni de changement dans ses habitudes.

Nous devons rentrer dans une logique de conquête de marchés.



## EN QUELQUES CHIFFRES

*Le concours 2012, c'est :*

**5 300 vins**  
dégustés

**850 dégustateurs**  
sur 2 jours et 4 sessions

**Un taux d'attribution de médailles de 24 %**

**1 321 vins**  
médaillés

**427 médailles d'or**

**547 médailles d'argent**

**347 médailles de bronze**

**12 mois**  
de préparation

### 3.1.3

## UN CONCOURS PAS COMME LES AUTRES



**Les 30 et 31 mars 2012, à l'Espace Charenton, les meilleurs vins des Vignerons Indépendants ont été récompensés par l'attribution de 427 médailles d'or, 547 médailles d'argent et 347 de bronze.**

Le Concours des Vins des Vignerons Indépendants, 3<sup>ème</sup> concours de France, est unique en son genre :

### UN JURY DE DÉGUSTATEURS AMATEURS ET CONNAISSEURS : C'EST LE GOÛT DU CONSOMMATEUR QUI S'EXPRIME

Les dégustateurs du Concours sont formés à la dégustation par des professionnels. Participant à plusieurs modules, corrélés au niveau des compétences requises, le dégustateur en fin de cursus est défini comme un dégustateur universel. Apte à déguster tous les vins.

Sa préparation ne doit cependant pas l'éloigner de la question de base qu'il doit se poser : « est-ce un vin que j'aimerais avoir sur ma table ou offrir ? »

La volonté de l'organisation est de sélectionner des vins dégustés par des consommateurs.

### UNE ORGANISATION EXIGEANTE

Depuis longtemps le Concours s'était engagé dans une démarche qualité. Aujourd'hui, il est en cours de certification ISO 9001.

2013 sera l'année de cette certification garantissant un processus parfaitement maîtrisé qui garantit une évaluation la moins biaisée possible.

D'ores et déjà utilisées, les fiches sensorielles en lecture optique ne sont qu'un exemple de la rigueur d'organisation du Concours.

Les jurys, composés au minimum de 4 jurés, garantissent une évaluation des vins dans des conditions optimales de concours.

### UN CONCOURS QUI PRÉSENTE UNE SÉLECTION DE VINS DE VIGNERONS INDÉPENDANTS FRANÇAIS

Qu'ils soient adhérents ou non au mouvement des Vignerons Indépendants de France, les vins présents sont tous issus de la production de vigneron indépendants. Engagé, de la vigne à la mise en bouteille, le vigneron indépendant signe de son nom ses étiquettes. Il représente à lui seul l'ensemble de la filière viticole.

3<sup>ème</sup> concours de France, le Concours des Vins des Vignerons Indépendants récompense des vins de toutes les régions viticoles.

## 3.2 LE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES

Ancrer les entreprises dans l'avenir et le territoire, en développant une viticulture indépendante durable, tel est l'enjeu des Vignerons Indépendants de France. Pour la viticulture, le métier de Vigneron Indépendant devra être respectueux de l'environnement, durable, praticable à long terme, équitable, socialement acceptable et conforme à une éthique.

La confédération propose aux vignerons-adhérents des outils pour développer les performances de leur entreprise.

- Des milliers d'heures dispensées sur tout le territoire.
- Des fiches technicités pour plus de performance.
- La démarche Qualenvi. Elle témoigne de la volonté de promouvoir une viticulture durable respectueuse des hommes et de la terre.
- Des échanges de connaissances et d'expériences avec les « Rencontres nationales des Vignerons Indépendants ».
- Un accompagnement vers la certification Haute Valeur Environnementale

### 3.2.1 INFORMER, FORMER ET PROMOUVOIR

#### INFORMER

##### LA FICHE « COMPÉTITIVITÉ »



Les vignerons indépendants vivent dans un environnement qui change : la perception du vin par le consommateur évolue, son comportement aussi et la pression par les acheteurs est de plus en plus forte. Les Vignerons Indépendants disposent de grandes forces à développer, mais aussi de quelques faiblesses à surmonter.

C'est pourquoi nous avons voulu au travers de fiches contribuer à fournir aux vignerons

des informations pour leur permettre de prendre des décisions. Tous les mois, une nouvelle fiche est envoyée aux fédérations de notre réseau pour être diffusée auprès des vignerons adhérents.

Les fiches existent grâce au soutien de :

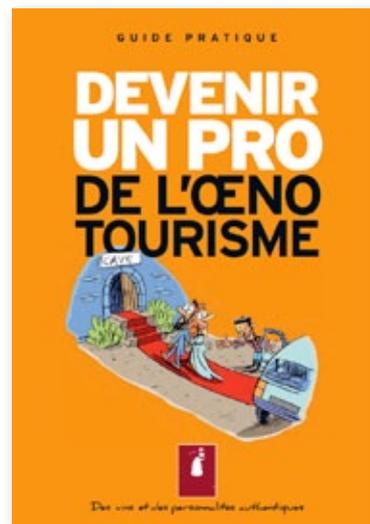


##### LA FICHE « TECHNICITÉ »



Petite sœur de la fiche compétitivité, elle est plus opérationnelle et permet aux vignerons de trouver des astuces concrètes pour la gestion de leur entreprise au quotidien.

#### LES GUIDES



« Réussir son œnotourisme » pour connaître les fondamentaux de l'œnotourisme.

L'œnotourisme est devenu depuis plusieurs années un dossier majeur au sein de la confédération des Vignerons Indépendants de France. Fort de cette dynamique et pour répondre à la demande de nos adhérents, nous avons réalisé, avec l'aide financière de FranceAgriMer, un deuxième opus du

guide pratique consacré à l'œnotourisme : « Devenir un pro de l'œnotourisme ».

#### FORMER

##### LES FORMATIONS ANFOVI

La formation, c'est aujourd'hui des outils aux services des entreprises pour leur permettre d'évoluer dans leur métier et pour s'adapter à leur environnement.

L'association est dirigée par un conseil d'administration. Cet organe décisionnel se réunit plusieurs fois par an et détermine les axes de la politique et des actions à mener par l'association.

**Président :** Noël LASSUS Vigneron Indépendant dans le Gers

**Bilan 2012**  
21 jours de formations  
900 heures stagiaires

## PROMOUVOIR LES INNOVATIONS

### L'ÉCO-CONCEPTION DES EMBALLAGES



La filière vitivinicole a désormais son guide pratique sur l'éco-conception des emballages... Élaboré en partenariat avec trois organisations professionnelles, dont les Vignerons Indépendants de France, et avec le concours d'experts en éco-conception, ce guide propose des check-lists emballage par emballage, des solutions techniques et des retours d'expérience.

Destiné à toutes les entreprises de la filière, quelle que soit leur taille, il donne des informations pratiques, des conseils, des contacts utiles, et fait témoigner des vignerons, notamment des adhérents. Ce document de référence délivre toutes les clés pour comprendre les bénéfices de l'éco-conception et mettre des actions en œuvre.

### LE RENFORCEMENT DES DÉFENSES ET L'AMÉLIORATION DE LA REPRISE DES PLANTS DE VIGNE.

Spécialement développés par les pépinières Mercier pour les opérations de remplacement, les plants Force 9 sont inoculés avec les Trichodermas I-1237 et mycorhizés au niveau de la racine pour renforcer leurs défenses et améliorer leurs reprises.



### TROPHÉES DE L'INNOVATION - VINTECH 2012

Citation Bucher Vaslin pour Delta Trio.

## 3.2.2

### ACCOMPAGNER

#### « HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE » : LE NOUVEAU LABEL QUI CERTIFIE LES ENTREPRISES AGRICOLES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT

Les pouvoirs publics ont mis en place la « certification environnementale des entreprises agricoles », un dispositif qui permet aux entreprises agricoles de valoriser leurs démarches environnementales. Le dispositif mis en place par le gouvernement est donc bien adapté et pertinent pour de petites et moyennes entreprises viticoles et n'est pas réservé qu'à des céréaliers ou des éleveurs. La voie est donc ouverte !

C'est pourquoi les Vignerons Indépendants de France ont mis en place un accompagnement des vignerons-adhérents vers le label « Haute Valeur Environnementale ».

### L'ASSOCIATION QUALENVI



L'association est dirigée par un conseil d'administration. Cet organe décisionnel se réunit plusieurs fois par an et détermine les axes de la politique et des actions à mener par l'association. Il est uniquement composé de vignerons indépendants.

**Président :** Stéphane MARTIN, vigneron indépendant en Alsace

**Vice Président :** Vincent VESSELLE, vigneron indépendant en Dordogne

**Secrétaire :** Marie-Christine BONDON, vigneronne indépendante en Gironde

### Qualenvi : reconnaissance environnementale officielle

C'est officiel : l'arrêté du 28 juin 2012 accorde à Qualenvi le statut d'équivalence au Niveau 2 de la Certification Environnementale des Exploitations. Cette équivalence permet aux vignerons « Qualenvi Lauréat » de certifier officiellement leurs bonnes pratiques environnementales. Elle permet également - dans le cadre de dossiers PAC - de limiter la pression des contrôles administratifs. Enfin, elle ouvre une voie directe aux vignerons qui veulent accéder au niveau supérieur - niveau 3 - permettant d'accéder au statut d'exploitation certifiée de « Haute Valeur Environnementale ». Deux Vignerons Indépendants en champagne ont ainsi obtenu ledit label en mai 2012 !





# 04

## COMMUNIQUER

**4.1**  
LA COMMUNICATION INTERNE

**4.2**  
LA COMMUNICATION EXTERNE

# 04 | Communiquer

En 2012, l'objectif de l'activité « communication » au sein de la Confédération a reposé sur 2 axes majeurs :

- Animer le réseau et développer la notoriété du mouvement
- Développer la notoriété du logo

## 4.1

### LA COMMUNICATION INTERNE

#### 4.1.1

##### LA COMMISSION COMMUNICATION

La Commission communication présidée par Bertrand Minchin, vigneron en Loir-et-Cher, et composée de membres nommés par les fédérations régionales s'est réunie deux fois en séances plénières. Une occasion de faire le point sur les dossiers d'actualités en matière de communication au sein des Vignerons Indépendants de France et d'aborder les futures orientations à donner notamment sur **la communication et le marketing digital chez les Vignerons Indépendants**. Une formation a été assurée auprès des membres de la commission qui a été l'occasion de prendre en main les outils des réseaux sociaux, de faire le distinguo entre réseaux sociaux et médias sociaux et enfin de prendre la dimension réelle que revêt cette nouvelle tendance. Nouvelle dans le sens où les évolutions sont fréquentes.

Les commissions sont également le moment dédié à la présentation des résultats des groupes de travail constitués chaque année sur des thématiques différentes.

#### BILAN DES GROUPES DE TRAVAIL

##### GROUPE DE TRAVAIL « OENOTOURISME »

Le groupe de travail présidé par Philippe Blanck (Alsace) s'est réuni cette année en groupe restreint. Philippe Blanck, Sébastien Rahard et Alain Sergenton ont défini la stratégie des Vignerons Indépendants de France en matière d'oenotourisme. Elle se divise en 2 piliers distincts : le pilier « oenotourisme institutionnel » et le pilier « tourisme ».

##### PILIER « OENOTOURISME INSTITUTIONNEL »

- **Assurer la représentativité des Vignerons Indépendants de France dans le paysage oenotouristique français :**
  - Philippe Blanck a siégé à toutes les séances plénières du conseil Supérieur de l'Oenotourisme
  - Sébastien Rahard a particulièrement suivi les réunions du Label « Vignobles et découverte » du CSO et est secrétaire général de l'association ITERVITIS pour la défense des paysages viticoles.

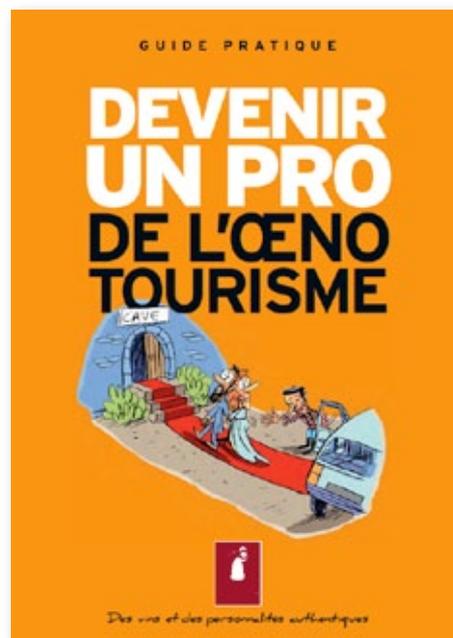
- Alain Sergenton a fait parti du jury du Prix national de l'oenotourisme pour la catégorie « Mise en valeur d'une cave touristique ». Terre de Mistral, entreprise Vignerons Indépendants dans les Bouches-du-Rhône a reçu un prix dans la catégorie « hébergement et restauration »

- **Former et informer :**

Dans cette perspective, le groupe de travail a édité le guide **Devenir un pro de l'oenotourisme**.

Devant le succès du guide n°1 « réussir son oenotourisme » il convenait d'aller plus loin pour professionnaliser les adhérents engagés dans cette démarche en poursuivant le travail d'information et en tenant compte des évolutions récentes dans ce domaine.

Le guide a été envoyé à chaque adhérent avec le journal interne n° 45. Plusieurs exemplaires sont à disposition dans les fédérations départementales.



- **Promouvoir**

La confédération a pour vocation de faire la promotion de tous les adhérents qui développent l'oenotourisme sur leur domaine via le site « Tourisme et vins », le module oenotourisme du site **www.vignerons-independant.com**.

**Il répond à deux objectifs :**

- Relayer l'information des adhérents et des fédérations
- Mettre en avant votre offre d'activité oenotouristique et vos actualités

LE PILIER « TOURISME »

L'objectif est, à terme, de vendre un concept de « tourisme Vigneron Indépendant » en créant une offre commerciale « marketée ». L'idée est de créer une prestation touristique marquée « Vigneron Indépendant » vendue à un public ciblé.

**4.1.2**

LES OUTILS DE LA COMMUNICATION INTERNE

LE JOURNAL VIGNERON INDÉPENDANT

Envoyé aux 6 500 adhérents et à un fichier de 300 personnalités du monde viticole français et européen, le journal interne « Vigneron Indépendant » sort 4 fois par an. Il est réalisé par l'agence Valeurs du Sud et relaye exclusivement l'information Vigneron Indépendant.

Cette année, on retrouve en « Une » les dossiers suivants :

- N° 42** - 1<sup>er</sup> trimestre 2012: PAC 2013, s'asseoir sans attendre à la table des discussions
- N° 43** - 2<sup>e</sup> trimestre 2012: Assemblée générale 2012: bilan & perspectives
- N° 44** - 3<sup>e</sup> trimestre 2012 : Vinitech 2012 : L'éco-conception au premier plan
- N° 45** - 4<sup>e</sup> trimestre 2012: Les enjeux 2013



LA E-LETTRE DES VIGNERONS INDÉPENDANTS :

40 « *E-lettre des Vignerons Indépendants* » ont été envoyées en 2012. Elle permet de délivrer au « réseau » vigneron indépendant (fédérations départementales, régionales, présidents de fédération, membres du bureau national, membres des différentes commissions VIF...) une information hebdomadaire concise sur le travail de chaque pôle au sein du mouvement ainsi que sur l'actualité de la filière viticole.



## 4.2 LA COMMUNICATION EXTERNE

### 4.2.1 COMMUNICATION LOGO

#### DÉPÔT DE LA MARQUE



S'agissant du logo, nous avons entrepris courant 2011 de renforcer sa protection à l'étranger tout en optimisant les coûts liés aux divers dépôts de cette marque dans les pays ciblés.



Notre marque vigneron indépendant n° 1072024 a donc fait l'objet d'un dépôt au titre des marques internationales ; lors de ce dépôt, nous avons désigné les pays suivants dans les classes suivantes : Australie, Japon, Singapour, États-Unis : classes 33 et 35 Union Européenne (marque communautaire), Suisse, Chine, Monaco, Fédération de Russie, Ukraine, Vietnam : classes 33, 35 et 41

En 2012, cette marque a été définitivement enregistrée dans les pays suivants :

- Australie ;
- États-Unis ;
- Union européenne ;
- Ukraine ;
- Fédération de Russie ;
- Suisse ;
- Monaco.

Les Offices nationaux suivants n'ont en revanche pas encore rendu leur décision suite aux réponses que nous avons faites à leurs notifications de refus : Chine, Japon, Singapour, Vietnam.

En 2012, la Confédération a également procédé au renouvellement pour 10 ans de sa marque « VIGNERONS INDEPENDANTS DE FRANCE » qui arrivait à échéance au 31 janvier 2012.

#### ACHATS D'ESPACES PUBLICITAIRES

**Salon des Vins  
des Vignerons  
Indépendants**  
*Des vins et des personnalités authentiques*

**Nice Acropolis**  
PARC DES EXPOSITIONS  
**10-12 février 2012**  
le 10: 14h-20h / le 11: 10h-20h / le 12: 10h-18h  
[vigneron-independant.com](http://vigneron-independant.com)

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

vigneetvin | nice-matin | NOSTALGIE | vigneron indépendant

Tout au long de l'année, les Vignerons Indépendants de France ont développé la notoriété du logo et fait la promotion des Salons à travers la signature de partenariats et l'achat d'espaces publicitaires. Cette communication se retrouve, en fonction de l'actualité des vigneron Indépendants, dans plusieurs supports medias et hors médias dont les plus probants sont :

#### Pour la Presse quotidienne nationale :

Métro ; Direct Matin ; Le Figaro ; L'Humanité.

#### Pour la Presse quotidienne régionale :

Le Progrès ; 20 minutes ; les Dernières Nouvelles D'Alsace ; Nice Matin ; Sud-ouest ; Ouest France ; La Voix du nord ; Midi Olympique.

#### Pour les hebdomadaires et les mensuels :

Le Journal du Dimanche ; La Croix du nord ; Sortir ; Elle ; M le mag (Le Monde) ; Télérama ; TGV magazine.

#### Pour le web :

L'avis du vin ; Le Figaro.fr ; Marieclaire.fr ; Idée Mag ; Rue 89 ; Sortir.eu







### 4.2.3

#### COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

PIQUE-NIQUE CHEZ LE VIGNERON INDÉPENDANT  
26, 27 ET 28 MAI 2012 :



26, 27 et 28 mai 2012

**PIQUE-NIQUE**  
chez le Vigneron Indépendant®



vigneron  
indépendant

*VENEZ PARTAGER UN MOMENT AUTHENTIQUE  
DANS TOUS LES VIGNOBLES FRANÇAIS !*



[www.vigneron-independant.com](http://www.vigneron-independant.com)

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

Le week-end de Pentecôte devient le week-end du pique-nique chez le Vigneron Indépendant.

Pour cette 2<sup>e</sup> édition seulement, cet événement remporte un certain succès auprès des vigneron et du grand public.

Cet événement est coordonné par la Confédération aux côtés d'un groupe de travail.

Créé par le Synvira, il y a plusieurs dizaines d'années, il a été choisi par les fédérations parmi d'autres événements déjà existants pour être reproduit sur tout le territoire.

Le principe est simple, le public vient avec son pique-nique, en famille ou entre amis, et les vigneron indépendants participants leur offrent les tables et le vin, chez lui.

L'ambition du groupe de travail du pique-nique est de faire de cet événement le plus grand pique-nique d'Europe.

Cette année, près de 450 domaines ont ouvert leurs portes le temps d'un week-end, soit environ 9 000 ha de vignes transformés en aire de pique-nique.

Le kit de communication mis à disposition des participants est le même que précédemment :

- Des sets de tables
- Des ballons
- 5 affiches
- Des dessins en pdf à mettre à disposition des enfants
- Une communication collective portée par la Confédération au niveau national et les fédérations pour la presse quotidienne régionale.

Cette année a été le lancement d'un site internet dédié au pique-nique. Il recense les offres partout en France, permet aux internautes de rechercher le lieu idéal de leur pause déjeuner et de s'inscrire si nécessaire.

Les réseaux et médias sociaux ne sont pas en reste avec une création de compte sur Youtube, Flickr et d'une page sur Facebook et Twitter.

Une conférence de presse à Paris dans nos locaux a été l'occasion de présenter l'évènement à différents titres de presse nationaux.

La parution dans différents titres nationaux généralistes, comme dans toute la presse quotidienne régionale, nous conforte dans l'intérêt que revêt cet évènement original.

Une enquête réalisée auprès des vignerons et des fédérations nous révèle la facilité d'organisation du pique-nique et une rentabilité très intéressante. Il est à noter néanmoins que l'objet premier du pique-nique est une occasion de communication, de relations publiques et presse, pour faire connaître son métier et ses produits dans un cadre inédit.

#### VINITECH DU 27 AU 29 NOVEMBRE 2012

Le mouvement a tenu, comme tous les 2 ans, un stand à Vinitech en collaboration avec la fédération d'Aquitaine sur un stand Vignerons Indépendants.

Cette année, le fil rouge du stand des Vignerons Indépendants portait sur l'éco-conception des emballages.

La Confédération a participé activement à la rédaction du livret « **Eco-conception des emballages, une opportunité à saisir. Guide pratique des acteurs de la filière vin** »

L'enjeu environnemental est fondamental pour les entreprises Vigneron Indépendant tant pour leur avenir que pour leur image auprès des clients.

Le stand était toujours ouvert aux adhérents et potentiels adhérents autour d'un bar présentant les vins des vignerons indépendants.









## **Vignerons Indépendants de France**

Immeuble Le Chanzy  
18, avenue Winston Churchill  
94227 Charenton-le-Pont Cedex

Tél. : 01 53 66 33 00  
Fax : 01 53 66 33 01  
info@vigneron-independant.com

[www.vigneron-independant.com](http://www.vigneron-independant.com)