

# **l'union**

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

 **L'Ardennais** Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Cogévi, l'exigence comme maître-mot

## **Cogévi, l'exigence comme maître-mot**

Par *Sophie Claeys-Pergament*

Créé le 28/05/2013 11:00

AY (Marne). Réunis en assemblée générale vendredi dernier, les adhérents de la Cogévi à Aÿ (Alliance Champagne) ont pu constater que leur coopérative est une entreprise financièrement saine et solide. Les résultats de 2012 font en effet apparaître un niveau élevé de rentabilité, supérieur à 7 %, dans des proportions comparables à la moyenne des trois dernières années.

Le président du conseil d'administration, Jacques Marquette, « s'est félicité du maintien de la rentabilité à un niveau élevé au cours d'une année au contexte économique difficile ». L'année 2012 a été marquée par un faible rendement à la vendange et un coût de l'approvisionnement en raisin une nouvelle fois en hausse, heureusement contrebalancé par une bonne maîtrise des autres postes de charges et d'investissements. Le chiffre d'affaires de la Cogévi progresse ainsi à 62,76 millions. La capacité d'autofinancement et les niveaux de stocks sont stables.

### **Un niveau élevé de rentabilité**

Sur le plan industriel, la dernière tranche de la cuverie du site d'Oger a été mise en service pendant la vendange 2012, portant la capacité totale du site à plus de 100 000 hectolitres. Le site d'Aÿ a, lui, bénéficié de l'installation de deux nouvelles lignes d'habillages tous formats et de la modernisation de certaines installations.

À l'occasion de l'assemblée générale, Olivier Charriaud, à l'issue de sa première année à la direction à la tête de la coopérative a tenu à déclarer : « On entend beaucoup en Champagne l'expression création de valeur. Elle peut prendre diverses formes en fonction des acteurs de notre secteur. À la Cogévi, elle se traduit par un seul mot : exigence. Cette exigence nous fait passer de la culture d'une société qui produit à la celle d'une société qui vend. »

Il a également fait part de ses ambitions pour la marque Collet « dans le respect de la feuille de route que lui a confiée le conseil d'administration à mon arrivée ». Le bilan de l'année 2012 pour les marques d'Alliance Champagne a été dressé, toujours par Olivier Charriaud puisqu'il préside le directoire : « Notre union a tiré en 2012, 9 178 525 équivalents bouteilles. Au plan commercial, nous constatons avec grande satisfaction que nos ventes sous la marque Jacquart se sont développées de + 6 % dans un marché de vente de champagne en recul de -4,4 %. Nos ventes sous la marque Montaudon ont augmenté, quant à elles, de +22 % pour atteindre près de 1 490 000 bouteilles. Ces chiffres de vente en progression forte ont été obtenus sans sacrifier la valeur, puisque les prix moyens de vente ont été maintenus par rapport à 2011, alors même que sur le marché, on a assisté à une guerre des prix et des promotions menée par de nombreux opérateurs en recherche de volumes. En 15 ans, notre

union, créée à l'origine pour mettre en commun un portefeuille de champagnes vendus sous marques distributeurs, est ainsi devenue un Groupe orienté vers la valorisation de deux marques de notoriété ciblant les marchés export et les circuits traditionnels sélectifs que sont la restauration, les cavistes et le Business to Business. »

### « Les effets pervers de l'effet ciseau »

Dans le cadre de son intervention, Daniel Vatel responsable du secteur champagne du Crédit Agricole, a fondé son message sur la nécessité d'investir derrière les marques après avoir investi derrière l'outil. Un discours relayé par l'historien Pascal Blanchard, qui travaille aux côtés de la Cogévi pour mener un projet pérenne de mise en valeur de son patrimoine. « La légitimité de la marque doit se faire connaître en se donnant les moyens d'accueillir vos clients, distributeurs et prescripteurs à l'aune des célébrations du centenaire de la Grande guerre et dans la perspective de votre propre centenaire. Une marque, c'est un terroir, un savoir-faire. C'est aussi une histoire qui doit se prouver en se matérialisant dans son écrin. »

Pour conclure, Jacques Marquette a insisté sur, « la nécessité de consacrer dans la durée une partie des ressources pour la construction des marques. Il a appelé à une attitude raisonnable de la profession sur le prix du kilo à la prochaine vendange en rappelant les effets pervers de l'effet de ciseaux que la Champagne a déjà connu dans le passé ». Il s'est félicité de la performance de l'Union Alliance Champagne Avec en perspective, la célébration des cent ans de la maison dans huit ans, il a rappelé l'importance de la valorisation du patrimoine et de l'histoire qui a fait de la Cogévi un acteur incontournable en Champagne.

#### Photos / vidéos

Auteur :

Légende : Olivier Charriaud, directeur et Jacques Marquette, président de la Cogévi à Ay

**Visuel 1:**



**URL source:** <http://www.lunion.presse.fr/article/economie-region/cogevi-lexigence-comme-maitre-mot>