

Les vigneron champenois militent pour une promotion collective

PRODUCTION ➔ Les producteurs, par la voie du Syndicat général des vigneron de champagne, militent pour la mise en place d'une communication collective "champagne".

"Nous sommes vent debout pour relancer la communication sur le mot champagne", lâchait, le 21 janvier, Pascal Férat, candidat à sa propre succession à la présidence du Syndicat général des vigneron de champagne. Contrairement aux autres régions viticoles, la Champagne ne communique pas de manière générique sur son nom d'appellation : la promotion est réalisée par les marques. Ce choix, le SGV, souhaite le faire évoluer. Pour continuer d'exister au niveau mondial, et ne pas "disparaître", expliquait Pascal Férat, une communication autour du mot "champagne" s'impose. Investir sur l'immatériel devient une nécessité, notamment sur les nouveaux marchés consommateurs pour qui la distinction entre effervescents et champagne n'est pas toujours claire. "Notre logique est



PASCAL FÉRAT, candidat à sa succession à la présidence du Syndicat général des vigneron de champagne. "La crise aide à percevoir qu'il ne s'agit pas de mettre une marque contre une autre mais de créer une émulation collective qui draine l'ensemble des consommateurs."

fondée sur une démarche globale : il n'y a pas d'antinomie entre collectif et marque", insistait Pascal Férat qui estimait que la position des maisons de négoce est en train d'évoluer. Jusqu'alors, cette propo-

sition des producteurs renco fin de non-recevoir. "Mais la percevoir qu'il ne s'agit pas de marque contre une autre mais d'émulation collective qui draine des consommateurs", indiqua Férat.

Une position prudente du négoce
L'Union des maisons de Champagne (UMC) est pour le moins mesurée sur ce sujet. Elle ne prendra une position qu'à l'issue de l'étude Champagne en cours de réalisation et qui va se pencher sur la question du renforcement de l'image d'appellation. "Celui-ci est en cours de réalisation et qui se penche sur la question du renforcement de l'image d'appellation. "Celui-ci est par des actions collectives mais aussi individuelles visant à améliorer les pratiques commerciales et marketing des opérateurs. S'agissant des actions collectives, rien n'est encore défini, dès lors que l'objectif de communication interprofessionnelle n'est pas lui-même", fait savoir l'UMC. Il est de constater que la production doit devoir convaincre... MARION IVALDI

Les cavistes lancent leur guide de consommation responsable

COMMUNICATION ➔ Le Syndicat des cavistes professionnels met à la disposition de ses adhérents un guide pédagogique sur la consommation responsable d'alcool.

Les cavistes montent au créneau sur la question de la consommation responsable. Cela faisait quelques années que cela les démangeait et, fin décembre 2013, ils ont transformé l'essai en tirant 230 000 exemplaires d'un Guide de la consommation du vin et des alcools, rédigé par les soins de leur syndicat (qui rassemble établissements indépendants et onze chaînes de distribution dont Nicolas et le Repaire de Bacchus). "C'est précisément le rôle du caviste de délivrer des messages simples et clairs sur les bonnes pratiques en matière de consommation", estime Nathalie Viet, directrice du Syndicat des cavistes professionnels (SCP). Ce guide a été créé sur l'idée d'un

caviste parisien qui a testé l'initiative de manière positive. "La distribution du guide amène les clients à poser des questions et suscite les échanges sur la question", précise Nathalie Viet. La rédaction du guide s'est appuyée sur les conseils de Vin et Société ainsi que sur le programme québécois Educ'Alcool. Il délivre des messages simples qui ne sont pas forcément connus de tous tels que le respect d'un jour d'abstinence par semaine et de l'adaptation de la dose journalière d'alcool en fonction du poids et du sexe. Les cavistes au côté de la production. Ce guide est un élément marquant de la politique du SCP qui vise à se placer au



LE GUIDE DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE fournit des informations simples pour le consommateur à avoir des renseignements sur le vin et les alcools.