

## En couverture

# UN SOUTIEN SYNDICAL POUR UNE MEILLEURE RELATION COMMERCIALE

**COGNAC** ➔ Le Syndicat général des vigneron de Cognac forme et accompagne les producteurs dans leur négociation commerciale avec les producteurs.

“ Dans l'appellation cognac, le paternalisme est traditionnellement de mise avec le négoce ”, constate Christophe Forget, président du syndicat général des vigneron de cognac (SVG Cognac). La quasi-totalité de la production de cognac passe entre les mains du négoce : sept négociants se partagent à peu près 90 % du marché. “ Les producteurs s'en remettent au négoce qui fixe les prix et les approvisionnements ”, poursuit Christophe Forget. Fort de ce constat, le SVG Cognac a décidé de faire entendre la voix des producteurs. “ C'est la raison d'être d'un syndicat que d'assumer une mission de défense collective dans l'intérêt de ses mandants. Par ailleurs, il est juridiquement interdit d'aborder la question des prix à l'interprofession. Nous avons créé il y



**CHRISTOPHE FORGET**, président du Syndicat général des vigneron de cognac. “ Parler marge nous permet de contourner la résistance du négoce à discuter de prix. ”

a deux ans un groupe de travail composé d'une quinzaine de viticulteurs qui ont bénéficié d'une formation à la négociation commerciale ”, indique Christophe Forget.

### Développer un argumentaire

Ce groupe de viticulteurs rencontrent les négociants au titre du syndicat et de

ce fait représentent les intérêts des livreurs. “ Nous présentons nos différents coûts de production et nous insistons sur l'importance de dégager une marge pour investir et préparer l'avenir. Parler marge nous permet de contourner la résistance du négoce à discuter de prix. Nous leur démontrons qu'ils ont intérêt à faire en sorte que nous puissions dégager une marge convenable ”, précise Christophe Forget. Pour l'instant, ces efforts n'ont pas abouti à une revalorisation des marges à la hauteur des espoirs des producteurs. “ Mais les relations sont courtoises. Les négociants ont pris conscience de la situation des producteurs et des contraintes liées à leur métier. De notre côté, nous sommes davantage conscients des contraintes rencontrées par les maisons de négoce, souvent filiales de gros groupes financiers qui leur imposent des résultats économiques ne leur laissant pas beaucoup de marge de manœuvre. ”

MARION IVALDI