



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2018

3	ÉDITORIAL
5	MISSIONS & VALEURS
6	LES ÉQUIPES
8	L'ANNÉE VITICOLE
10	L'ÉCONOMIE DU CHAMPAGNE
12	FAITS MARQUANTS
16	DÉMATÉRIALISATION DES SERVICES
18	RECHERCHE & INNOVATION
20	ENVIRONNEMENT
22	PÔLE AVAL
26	COMMUNICATION AVEC LES MÉDIAS
28	PROTECTION DE L'APPELLATION
30	ORGANISATION DE LA FILIÈRE
32	BUDGET
33	GOVERNANCE
34	PARTENAIRES

Crédits photos :

Patrick Guérin, Jean-Charles Gutner, Arteum Reyzykh, Osmany Tavares, Didier Kohler, Sophie Wolff,
Michel Guillard, Atelier UEAC, iStock Photo, Collection Comité Champagne

Conception et réalisation :

MOOD FOR WEB

ISSN 2648-8728

Toute reproduction est interdite sans l'autorisation du Comité Champagne.



ÉDITORIAL

Maxime TOUBART

Co-président
du Comité Champagne

Jean-Marie BARILLÈRE

Co-président
du Comité Champagne

Quelles sont les ambitions d'un grand vin ? Telle est la question à laquelle, tous les jours depuis déjà quelques siècles, les 16 000 vignerons et 350 maisons de Champagne s'emploient ensemble à apporter une réponse. Telle est donc aussi la question qui anime depuis 77 ans l'ensemble des travaux du Comité Champagne, sous l'angle technique et environnemental, sous l'angle économique, sous l'angle juridique, comme sous l'angle de l'éducation et de la valorisation.

Un grand vin commence par **des raisins de qualité**. À cet égard, la vendange 2018 restera dans les annales, en qualité, en quantité, mais aussi en précocité. Ces circonstances exceptionnelles, qui ont réjoui les opérateurs après quelques années plus difficiles, ne doivent pas nous faire oublier l'ampleur de nos défis viticoles : une organisation renouvelée au moment des décisions vendanges autour d'une ambition qualitative au plus près des conditions agronomiques, une révision du cahier des charges de l'appellation pour y intégrer une obligation de prélèvement de maturité, un nouveau cycle contractuel où cette dimension est pleinement réaffirmée, mais aussi la nécessité de mobiliser tout le répertoire technique à disposition pour anticiper les effets du changement climatique.

Un grand vin est à **l'écoute des enjeux sociaux et environnementaux** de son époque. C'est la raison pour laquelle, sur le socle des progrès importants accomplis ces quinze dernières années, au profit de nos paysages, de notre ressource en eau, de la biodiversité, de nos sols, mais aussi des nombreux travailleurs viticoles, comme des habitants de nos villages, nous avons décidé d'accélérer la cadence, en fixant à la filière des objectifs précis, mesurables, ambitieux, et déclinés sur une période de temps permettant d'amortir ces efforts, avec le soutien de l'État et de la région Grand Est.

La Champagne vise le « zéro herbicide » en 2025 et la certification environnementale de 100 % de ses exploitations à l'horizon 2030. C'est maintenant qu'il faut s'en donner les moyens.

Un grand vin est produit **par une filière équilibrée sur toute sa chaîne de valeur ajoutée**. L'année 2018 aura été marquée par la négociation d'une nouvelle décision interprofessionnelle dont les termes ont été adaptés à la nouvelle donne issue des états généraux de l'alimentation, et qui réaffirme les principes et les garanties nécessaires au bon fonctionnement des relations contractuelles. Chacun trouve ainsi son meilleur intérêt à participer à la création de valeur matérielle et immatérielle de l'appellation, en investissant, en transmettant son patrimoine et ses savoir-faire, en développant sa propre image de marque tout en protégeant et développant la notoriété collective d'une bannière unique mondialement reconnue, l'appellation Champagne !

Un grand vin **rayonne dans le monde entier**. Le Champagne s'est d'emblée affranchi des frontières nationales. Il est en train de connaître sa deuxième mondialisation, alors même que ses marchés historiques, France et Royaume-Uni, continuent de baisser. L'année 2018 constitue un jalon historique, puisque désormais plus de la moitié des volumes sont expédiés hors de France, une tendance qui a vocation à s'accélérer, et qui requiert un accompagnement accru des opérateurs, face aux risques inhérents à l'export.

Un grand vin est enfin **un vin qui maîtrise son destin**, ce qui suppose que l'Union européenne préserve la capacité fondamentale de la filière à gérer son potentiel de production par un encadrement adéquat des plantations, et un maintien de la garantie d'authenticité qu'offre la Champagne : que tous les raisins de Champagne servent exclusivement à produire du Champagne.



MISSIONS & VALEURS

INTÉGRITÉ VALORISER RAYONNEMENT
FÉDÉRER MODESTIE PROTÉGER

Depuis 75 ans, le Comité Champagne réunit vignerons et maisons de Champagne autour du destin collectif du vin d'appellation d'origine contrôlée qui représente, en valeur, le tiers des exportations de vin français.



L'interprofession, sous le contrôle d'un commissaire du Gouvernement, le préfet de la Région, est chargée de l'encadrement réglementaire et de l'organisation de l'économie de la filière en assurant notamment l'ajustement des stocks à la performance sur les marchés.

Ses attributions sont encadrées par le droit européen et par la loi française.

À ces fins, le Comité Champagne mène de front plusieurs missions d'intérêt général et propose une large palette de services à ses ressortissants : protection de l'appellation Champagne en France et à l'international, valorisation de celle-ci par la communication institutionnelle, relations médias et éducation des prescripteurs

en vin, recherche et développement pour la vigne et le vin, politique collective de développement durable, collecte et enregistrement pour le compte de l'État de l'ensemble des informations permettant le suivi et le pilotage de l'activité vitivinicole, conseil et assistance aux professionnels dans les domaines de la technique, du droit et de l'exportation, gestion d'une réserve interprofessionnelle permettant, d'une part, d'ajuster les volumes mis en marché aux besoins de la filière et, d'autre part, de garantir les exploitants contre les aléas climatiques.

Le Comité Champagne est ainsi reconnu par tous comme le garant de l'intérêt général du Champagne.



▲ Les collaborateurs du Comité Champagne

LES ÉQUIPES

Les femmes et les hommes qui composent le Comité Champagne représentent le capital le plus précieux de l'organisation.

50 % de recrutements à l'issue d'un stage ou d'un CDD au Comité Champagne.

2,25 % de la masse salariale sont consacrés à la formation professionnelle.

Une pépinière de compétences pour la filière Champagne : 50 % des départs sont liés à un projet professionnel dans une entreprise de la filière vitivinicole en Champagne.

Quelques chiffres-clés :



108
salariés



Âge moyen
46 ans



Répartition F/H
65 % / 35 %



Ancienneté moyenne
17,5 ans



Sylvie CALLUT
Service Vignoble
et Récolte

“ Mon activité principale consiste à gérer la réserve interprofessionnelle.

Les modalités mises en place depuis la vendange 2011 sont assez complexes et demandent un suivi administratif et informatique minutieux et quotidien.

Dans ce contexte, je reçois de nombreux appels téléphoniques et visites de viticulteurs, d'autres acteurs de la filière (coopératives et maisons), ainsi que de notaires ou de comptables.

C'est une activité qui requiert une bonne connaissance de la filière viticole tant en matière de mode d'exploitation que des différents types de location ainsi que de la réglementation applicable au logement des vins dans les coopératives ou les maisons de Champagne.

L'autre aspect de mon poste consiste en différents contrôles des déclarations viticoles (déclarations de récolte, carnets de pressoir, déclarations d'approvisionnement et de production) dans le cadre de la gestion du Casier Viticole Informatisé. La dématérialisation a pris une grande place dans notre façon de travailler, mais mes collègues et moi-même restons fortement sollicités pour expliquer et accompagner les viticulteurs dans leurs démarches.

Écoute, pédagogie et accompagnement sont au cœur de mon activité.

”



Basile PAUTHIER
Service Vigne

“ J'ai en charge au Comité Champagne l'exploitation et entretien d'un réseau de quarante-deux stations météo automatiques. Dans le contexte du changement climatique actuel, ce réseau, grâce à son extension et à sa densité, permet un suivi efficace des différentes composantes météo-sensibles de la viticulture comme les maladies, le bilan hydrique ou les aléas climatiques.

Ce réseau permet également l'alimentation du portail météo du Comité Champagne, outil d'aide à la décision accessible à tous les ressortissants. L'exploitation de ce portail ainsi que le développement de nouveaux outils (extension/amélioration du cumul radar, extraction de données...) font partie intégrante de la mission.

La thématique « sol » avec le calcul du bilan hydrique permet d'éditer la « Météo des sols ». Ce dossier comprend également certains projets menés de concert avec d'autres collègues comme l'apport hydrique de la craie ou encore la description de fosses pédologiques. Enfin je m'occupe également du dossier sous-sol qui traite notamment de la meilleure connaissance des mouvements de terrain impactant épisodiquement le vignoble.

”



Stéphanie MARTEL
Pôle Aval

“ Au sein du pôle Aval, mes missions se divisent en deux catégories : l'éducation et l'œnotourisme.

Concernant la première, il s'agit de mettre en place de nouvelles actions d'éducation au Champagne auprès des professionnels (cavistes, sommeliers, étudiants en école hôtelière,...) en France et à l'étranger. Mais aussi de travailler sur des programmes d'accueil d'influenceurs, comme #MYCHAMPAGNE, afin de susciter de l'intérêt pour le Champagne auprès d'une cible rajeunie et moins traditionnelle.

L'autre aspect de mon poste concerne le support au développement de l'œnotourisme sur notre territoire. Je travaille avec les différentes institutions touristiques (Agences régionales et départementales, Offices de Tourisme) afin de valoriser au mieux notre région avec par exemple la promotion de la marque œnotouristique « La Champagne, refined art de vivre » à destination des clientèles étrangères.

”

L'ANNÉE VITICOLE

DENSE, PRÉCOCE ET D'UNE QUALITÉ EXEMPLAIRE.

JANVIER
FÉVRIER
MARS

L'hiver 2018 est doux et très arrosé. La recharge en eau des sols est à bloc. Les conditions météo des chantiers de taille sont éprouvantes. Les sols détrempest sont peu propices aux travaux mécanisés comme le broyage des sarments laissés au sol après la taille.

AVRIL
MAI

Avec le retour du printemps, les travaux s'enchaînent à un rythme soutenu. Très peu de dégâts de gel sont observés. Les températures d'avril et mai, largement au-dessus des normales saisonnières, sont favorables à **une pousse très rapide de la vigne.**

JUIN
JUILLET

La tendance chaude, sèche et ensoleillée perdure pendant toute la saison végétative. **La date moyenne de floraison est le 1^{er} juin.** Des orages parfois très violents, sont à l'origine d'importants cumuls de précipitation accompagnés parfois de grêle.

La pousse est toujours très active : à la mi-juillet, les grappes sont fermées. On enregistre alors environ **17 jours d'avance** sur la moyenne décennale.

Les maladies sont bien maîtrisées. Les insectes ont subi la chaleur et la sécheresse. Ils n'ont pas trouvé les conditions favorables à leur développement.



La contrainte hydrique se fait de plus en plus sentir. **La maturation est rapide.** Les premiers prélèvements du Réseau de suivi de la maturation ont lieu le 6 août. **L'état sanitaire est parfait. Les vendanges sont très précoces.** Elles commencent autour du 20 août et s'étalent jusqu'à la mi-septembre, dans de très bonnes conditions : nuits fraîches et journées ensoleillées sans être trop chaudes. Quantité et qualité sont au rendez-vous !

Les travaux des vignes sont achevés. **L'heure est aux prospections.** Il est temps de parcourir méticuleusement les vignes à la recherche de symptômes de jaunisse ou de ceps morts atteints de maladies du bois. En décembre, le temps des premières **dégustations** approche. Il est enfin possible de voir se révéler les arômes d'une si belle vendange.

— AOÛT

— SEPTEMBRE

— OCTOBRE

— NOVEMBRE

— DÉCEMBRE



L'ÉCONOMIE DU CHAMPAGNE



Le chiffre d'affaires global de la Champagne a atteint un nouveau record en 2018 à presque 4,9 milliards d'euros (soit +0,3 % par rapport à 2017).

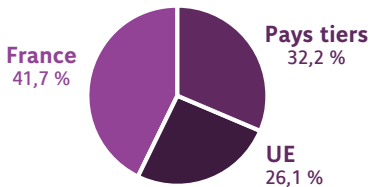
Les volumes sont en baisse (-1,8 % pour 301,9 millions de bouteilles). La France et le Royaume-Uni, qui représentent 60 % des ventes totales, expliquent l'essentiel de ce tassement : leur volume respectif recule de 4 %, même si leur chiffre d'affaires résiste mieux (-2 %) grâce à une meilleure valorisation des cuvées.

Au global, l'export reste orienté à la hausse (+0,6 % en volume et +1,8 % en chiffre d'affaires).

C'est au-delà de l'Union européenne que la demande est la plus dynamique, notamment dans les marchés lointains comme les États-Unis (23,7 millions de bouteilles, +2,7 %), le Japon (13,6 millions de bouteilles, +5,5 %), le monde chinois (Chine, Hong Kong, Taiwan : 4,7 millions de bouteilles, +9,1 %). Après une très forte évolution au cours des 10 dernières années (+134 %), l'Australie enregistre un léger fléchissement (8,4 millions de bouteilles, -1,8 %), en raison d'un taux de change moins favorable.

D'autre pays confirment leur potentiel comme le Canada avec 2,3 millions de bouteilles (+4,8 %), le Mexique avec 1,7 millions de bouteilles (+4,3 %) ou l'Afrique du Sud, qui dépasse pour la première fois le million de bouteilles soit une remarquable progression de 38,4 %.

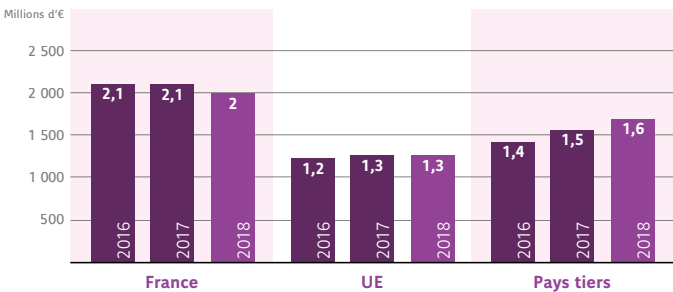
Vous pouvez retrouver ces chiffres sur www.champagne.fr, rubrique « l'économie du Champagne ».



Répartition du chiffre d'affaires
hors taxes au départ de la Champagne

4,9
milliards d'euros

France : 2 milliards d'euros
UE : 1,3 milliard d'euros
Reste du monde : 1,6 milliard d'euros



Répartition du chiffre d'affaires
hors taxes par marché



L'APPUI AUX EXPORTATEURS

Vendre du Champagne, *a fortiori* à l'export, nécessite d'avoir une connaissance fine du marché. Aussi, au-delà de la publication des statistiques d'expédition, le Comité Champagne met à la disposition de ses ressortissants de nombreux outils pour mieux comprendre les marchés.

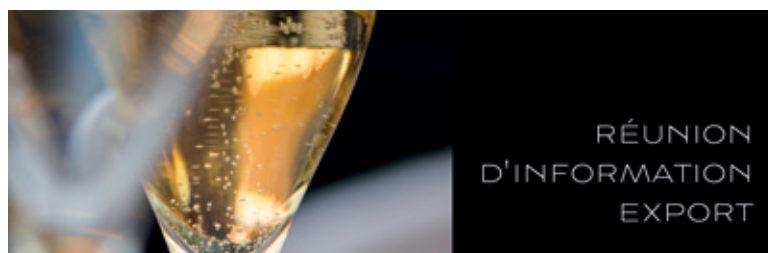
Nous publions chaque année sur l'Extranet de nombreuses études qui permettent de mieux appréhender les tendances, l'univers concurrentiel et les attentes consommateurs sur les principaux marchés du Champagne.



En 2018, une quinzaine d'études ont été publiées, dont quatre études complémentaires sur le marché anglais. Trois de ces études, réalisées par le cabinet Wine Intelligence, présentent un panorama du marché des vins, une analyse spécifique du marché des vins mousseux et des portraits des consommateurs ; elles offrent par ailleurs des recommandations d'actions stratégiques. Elles sont complétées par une analyse détaillée des ventes de Champagne et de vins effervescents dans la grande distribution au Royaume-Uni.

Par ailleurs, le Comité met en permanence à jour une base de données qui synthétise l'ensemble des exigences réglementaires à respecter pour commercialiser des vins de Champagne sur chacun des marchés.

Une réunion « export » a également été organisée à l'attention des exportateurs champenois. Ce fut l'occasion de détailler la situation économique des marchés du Champagne et de présenter des points saillants de certains marchés, notamment le développement du e-commerce en Chine ou la perspective du Brexit. Enfin, la Banque Publique d'Investissement (BPI France) a présenté un panorama de ses activités à l'international et le soutien qu'elle peut apporter aux opérateurs économiques.





FAITS MARQUANTS



JANVIER

DÉBUT DE LA CAMPAGNE DE RÉCOLTE DE GREFFONS à distribuer aux pépiniéristes. Elle se termine fin février.



FÉVRIER

Renouvellement du PARTENARIAT AVEC ADELPHÉ pour le recyclage des emballages.



MARS

Conférence de presse sur les résultats à l'exportation lors du SALON PROWEIN À DÜSSELDORF.



La WINE ORIGINS ALLIANCE (coalition internationale de régions viticoles pour la protection des indications géographiques) organise une réception à Washington pour les membres du Congrès américain.

AVRIL

En Allemagne, le PRIX CHAMPAGNE DE LA JOIE DE VIVRE est remis au célèbre chef d'orchestre Kent Nagano.





MAI

Organisation d'une table ronde d'éducation au vin à **VINEXPO HONG KONG**.

Le 58^e congrès annuel de l'**UNION DES ŒNOLOGUES DE FRANCE** se tient en Champagne sur le thème de la lumière et plus particulièrement des goûts de lumière.



JUIN

La **PLEINE FLEUR** est enregistrée dans les premiers jours de juin, avec 10 jours d'avance sur la moyenne décennale.



La « **MARCHE DES RÉCONCILIATIONS** » de la mission Coteaux, Maisons et Caves de Champagne prend le départ de Château-Thierry cette année.



JUILLET

Le **DOMAINE EXPÉRIMENTAL DU COMITÉ CHAMPAGNE** à Plumecoq reçoit plus d'un millier de vignerons lors de journées d'information techniques.

Le Festival international de films sur la vigne et le vin, **ŒNOVIDÉO®** célèbre son 25^e anniversaire en Champagne.

La **DERNIÈRE PHASE DE TRAVAUX** d'implantation de grilles enherbées sur la commune d'Ambonnay est achevée. Le Comité Champagne a soutenu le projet qui utilise une **TECHNIQUE NOVATRICE** qui améliore la desserte des parcelles viticoles tout en permettant l'infiltration des eaux de ruissellement.



AOÛT

Commencées le 20 août, dans les secteurs les plus hâtifs, les **VENDANGES 2018** sont les cinquièmes démarrées en août depuis quinze ans. Un bon de livraison a été expérimenté durant la cueillette, afin d'assurer un meilleur suivi de la qualité de chaque lot de raisins, et le cahier des charges a été modifié pour permettre aux Champenois de mettre en réserve jusqu'à 4 700 kg/ha (au lieu de 3 100 kg/ha).



SEPTEMBRE

En Australie, les lauréates des **43^{ES} VIN DE CHAMPAGNE AWARDS** sont Leanne Altmann (Vic) - à droite - dans la catégorie professionnelle et Nicole Smith (Qld) - à gauche - dans la catégorie amateur.



Le Comité Champagne ouvre ses portes au public pour les **JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE** et accueille plus de 200 visiteurs les 15 et 16 septembre.



Le domaine expérimental du Comité Champagne reçoit le **LABEL DIGIFERMES**.

OCTOBRE

Le Comité Champagne et Business France signent une **CONVENTION DE PARTENARIAT** en vue d'apporter de nouveaux services d'accompagnement à l'international aux vignerons et maisons de Champagne.



Cinquième édition de l'opération « **VILLAGES ET COTEAUX PROPRES** » qui a rassemblé des centaines de bénévoles dans toute l'aire d'appellation.



Première édition du programme **#MYCHAMPAGNE**, qui vise à faire venir en Champagne des influenceurs du monde entier.



En Inde, les autorités procèdent à la **DESTRUCTION DE PRODUITS CONTREFAITS**, vendus sous la dénomination Champagne par un producteur de boissons sans alcool.



NOVEMBRE

Le Comité Champagne reçoit la deuxième promotion d'étudiants du Diplôme Universitaire « **JOURNALISME DU VIN** » de l'Institut Chappaz.

DÉCEMBRE

L'**ASSOCIATION VITICOLE CHAMPENOISE** tient son assemblée générale annuelle au Milleisium d'Epernay. Plus de 1 300 professionnels assistent à l'évènement.

Un **NOUVEAU CADRE** de contractualisation interprofessionnel est adopté, pour une période de 5 ans.





DÉMATÉRIALISATION DES SERVICES

Le Comité Champagne a, par convention, délégation du service public. Nous regroupons, enregistrons, contrôlons l'ensemble des documents liés à l'élaboration du Champagne. Nous sommes l'interface entre les déclarants et les douanes. Les informations ainsi récoltées sont utiles à la gestion de la filière Champagne.

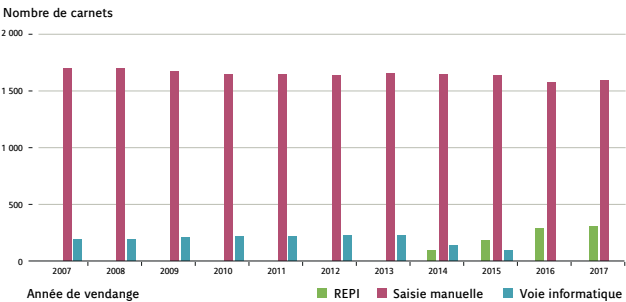
Il y a plusieurs années, l'administration douanière a exprimé sa volonté de simplification par la suppression des déclarations « papier ».

Dans un souci de service à nos ressortissants, nous avons développé des outils permettant l'accompagnement de cette dématérialisation.

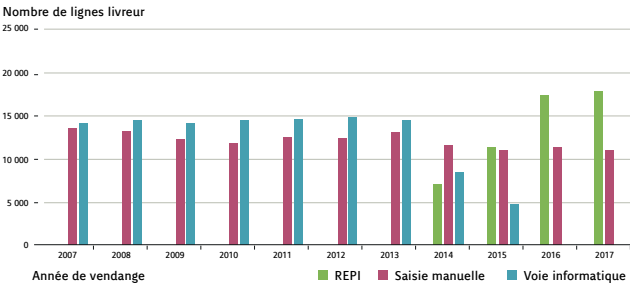
L'objectif est d'obtenir une amélioration du service aux ressortissants du Comité Champagne et de la qualité des données transmises ; cela entraîne également des modifications dans les procédures de travail.

CARNET DE PRESPOIR

La première expérience de dématérialisation s'est portée sur le premier document à compléter lors de la vendange, le carnet de pressoir. En 2006 est mis en place un système d'envoi par mail des informations du carnet de pressoir. En 2014 est mise en place la refonte des échanges avec les prestataires informatiques : système plus direct, le dépôt d'un fichier sur l'espace professionnel du centre émetteur, sur le site du Comité Champagne, permet les contrôles de cohérence. De plus, aucune impression papier n'est nécessaire.



Seuls 20 % des centres utilisent les possibilités de dématérialisation qui leur sont offertes.

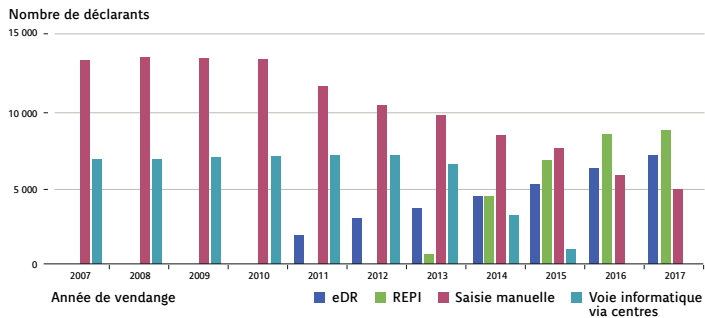


Une ligne livreur correspond aux apports d'un déclarant sur un centre de pressurage. Un récoltant a donc autant de lignes livreurs que de centres de pressurage utilisés.

Plus de 60 % de l'activité des centres de pressurage nous sont transférés par voie dématérialisée.

DÉCLARATION DE RÉCOLTE

La déclaration de récolte (DR), *a contrario* du carnet de pressoir, est une déclaration individuelle. Elle se prête donc mieux à une dématérialisation en ligne, c’est ce qui a été développé et proposé aux ressortissants par la mise en place de l’eDR. Il existe donc 3 possibilités de souscrire sa DR : manuscrite, REPI et eDR. Les 2 dernières solutions rencontrent, de par leur rapidité et leur simplicité, un grand succès.



Lors des vendanges 2017, près de 80 % des déclarations de récolte l’ont été sous forme dématérialisée.

CERTIFICAT D’ORIGINE

Première expérience de déclaration en ligne, le eCO (certificat d’origine dématérialisé) représente aujourd’hui 80 % de l’ensemble de ces documents.

EDRM

Déclaration récapitulative mensuelle : la dématérialisation représente, après 1 an, 20 % des documents reçus. Il reste à mettre en place le transfert de fichiers afin d’arriver à une dématérialisation complète.

VERS LA DÉMATÉRIALISATION

Sans être une vectorisation totale de déclaration, c’est un premier pas, une mise à disposition de déclaration téléchargeable sur le site, avec possibilité de compléter les documents au format PDF et de nous transférer par mail les formulaires suivants :

- Arrachage, plantation,
- Déclaration de modification de structure,
- Déclaration de stock négoce,
- Déclaration d’activité.

IMPACTS

Chaque service concerné définit le besoin en prenant en compte les attentes des douanes, des ressortissants et celles du Comité Champagne.

Ce tableau montre la charge de travail que représente la mise en place de la dématérialisation.

(En jours de travail)

Projet	Charge initiale	Maintenance et aide à l'exploitation	Total charges
eDR	287	100	387
REPI	240	130	370
eCO	300	422	722

À ce travail du service informatique du Comité Champagne, il convient d’ajouter celui des prestataires informatiques de nos ressortissants qui doivent adapter leurs logiciels pour les rendre capables de « communiquer » avec le système interprofessionnel.



RECHERCHE & INNOVATION

OPÉRATION « NON À LA FLAVESCENCE DORÉE »

En partenariat avec la DRAAF des Hauts-de-France, la DRAAF Grand Est et la Fredon Champagne Ardenne, le Comité Champagne a poursuivi la sensibilisation au risque de la flavescence dorée.

En 2018, une cinquantaine de formations à la reconnaissance des symptômes de jaunisse a été organisée. Elles s'inscrivent dans un plan pluriannuel lancé en 2017, visant à couvrir toutes les communes de l'AOC Champagne d'ici 2020.

D'autre part, cette année, une opération « pilote » de prospection collective jaunisse a été réalisée à Trélou-sur-Marne.

**DIDIER KOHLER,
CORRESPONDANT DE L'AVC DE TRÉLOU-SUR-MARNE**

“ En tant que correspondant de l'AVC, il m'a semblé essentiel de mobiliser les exploitants de la commune pour réaliser ces prospections automnales à la recherche des symptômes de jaunisse. C'est le seul moyen de préserver notre terroir de ce fléau qu'est la flavescence dorée. Nous nous sommes donc réunis pour couvrir ensemble un quart du terroir avec l'aide des techniciens du Comité Champagne. Une demi-journée utile et conviviale. Il faudra être convaincant pour mobiliser plus de vignerons, car nous recommencerons l'année prochaine pour prospecter un plus grand secteur.

”



CONCOURS ROBOTIQUE

La robotique est, avec la viticulture de précision, une voie technologique novatrice permettant de rendre possible et d'accompagner les changements de pratiques et de systèmes tout en améliorant le confort et la sécurité des opérateurs. Pour accélérer le processus d'innovation, le Comité Champagne a lancé un « concours robotique » afin de disposer d'ici trois ans d'engins autonomes pour l'entretien des sols et la protection du vignoble prenant en compte les caractéristiques et les contraintes du vignoble champenois.





CARTE DES SOLS

En 2018, la carte des sols champenois est mise en ligne sur l'extranet du Comité Champagne. Tous les ressortissants ont accès librement aux informations relatives aux sols et aux conseils associés. En effet, le sol, par ses caractéristiques physiques et chimiques, joue un rôle très important dans le fonctionnement de la vigne, notamment par le biais de l'alimentation azotée et hydrique. Par conséquent, le choix du porte-greffe, du cépage et des pratiques culturales, dépendront fortement du sol. Le sol étant une partie intégrante du terroir va aussi influencer la typicité des vins.

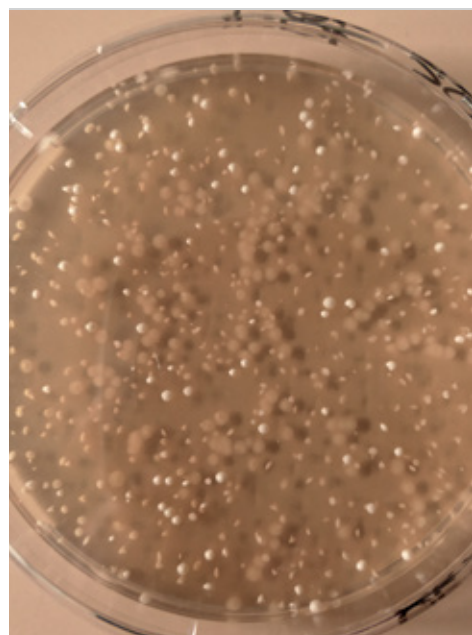
RECHERCHES EN MICROBIOLOGIE

Les souches de bactéries utilisées en Champagne pour la vinification des vins blancs ne sont pas très performantes pour la vinification en rouge. Afin d'avoir une souche réellement adaptée à la composition de nos vins, il semblait intéressant de disposer d'une souche isolée sur les rouges de Champagne.

Aussi, depuis quelques années, l'unité de microbiologie du Comité Champagne a mis en place un travail de sélection de bactéries à partir de vins rouges champenois

en fermentation malolactique spontanée. Suite à ce travail, nous testons actuellement une souche, sélectionnée par nos soins et produite sous forme lyophilisée.

Suite à l'accroissement de la production de vins rouge et rosé, nous avons également mis en place en 2018 un essai en micro-vinification, destiné à comparer les caractéristiques de différentes préparations de levures commerciales, préconisées pour la fermentation alcoolique (FA) en rouge.



COMMISSIONS D'HABILITATION DES CENTRES DE PRESSURAGE

Depuis la réforme de l'identification des signes officiels de la qualité et de l'origine en 2008, le principe de l'agrément des centres de pressurage, initié par la charte de qualité en 1987, a été intégré dans le volet « contrôle interne » des opérateurs.

Le principe général reste assez simple : une commission d'experts, représentative des familles professionnelles, a pour missions d'identifier les centres de pressurage en leur délivrant un agrément, d'agréer les matériels (principalement les pressoirs, consoles et dispositifs de sulfitage) et de faire évoluer le cahier des charges support de l'habilitation. Pour cela, cette commission s'appuie sur des commissions d'habilitation. Ce sont des groupes interprofessionnels composés de 3 professionnels et d'un technicien du Comité Champagne, tous formés au préalable au cahier des charges, qui contrôlent environ 200 installations par an sur trois périodes de l'année (au printemps, avant et pendant les vendanges).

En 2018, les commissions d'habilitation ont contrôlé 194 installations pour des modifications majeures, pour des créations, pour des mises en conformités, et pour du renouvellement (depuis 2009, 5 % des centres doivent être revisités chaque année).



ENVIRONNEMENT

BILAN CARBONE DE LA FILIÈRE CHAMPAGNE

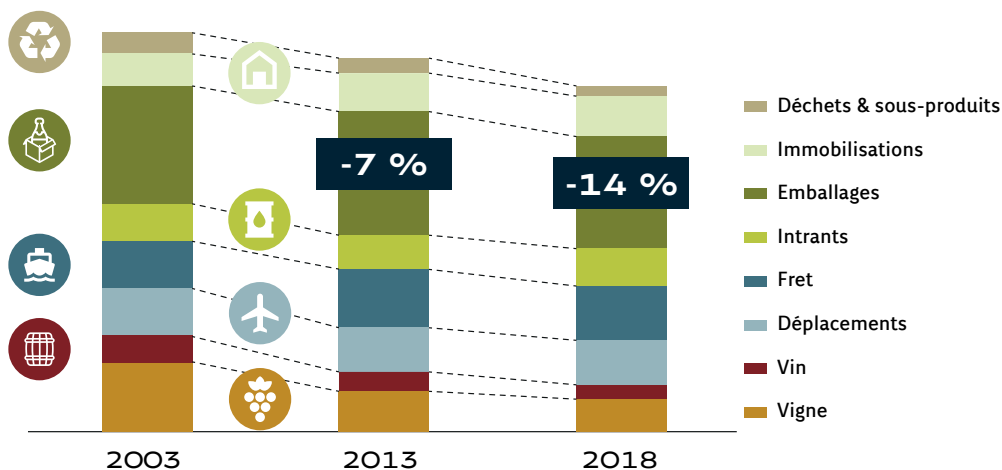
Il y a 15 ans, la filière Champagne s'est fixé l'objectif de réduire de 75 % son empreinte carbone à l'horizon 2050. C'est ce qu'on appelle le Facteur 4, avec comme étape intermédiaire - 25 % en 2025.

Le premier Bilan Carbone remonte à 2003. Depuis, un plan d'action collectif a été mis en place et des Bilans Carbone sont conduits tous les 5 ans. Cette année, le calcul a été renouvelé et montre une baisse de 14 % des émissions de la filière Champagne par rapport à 2003. Ramenés au produit, les efforts conjugués de tous les acteurs de la filière ont permis de réduire de 20 % l'empreinte carbone de chaque bouteille expédiée.

Le Bilan Carbone est un point d'étape qui permet de chiffrer les résultats des actions du plan de progrès de la filière en matière d'émission de gaz à effet de serre : le Plan Carbone Champagne.

Parmi les actions de ce plan, en 2018, une démarche d'écologie industrielle et territoriale a été initiée : le programme EPSYVIN.

ÉVOLUTION DU BILAN CARBONE





EPSYVIN

L'objectif est de contribuer à la réduction de l'empreinte environnementale des entreprises vitivinicoles et connexes au Champagne de l'Agglomération d'Épernay. Depuis le lancement officiel du projet en avril, des visites d'entreprises ont eu lieu ainsi qu'un premier atelier inter-entreprises en juin. Des réunions thématiques se sont également tenues et une bourse aux ressources a été organisée pendant le salon Viti-Vini à Épernay.

Autant de rencontres avec les professionnels qui doivent permettre de développer de nouveaux modèles économiques moins gourmands en ressources naturelles. Cela se traduit de manière opérationnelle par la collecte et la revalorisation de coproduits et de déchets (glassine, liège, bois, capsules...), la mutualisation d'achats et d'équipements, l'échange de compétences ou la création de nouvelles activités pour répondre à un besoin collectif de plusieurs entreprises du territoire. Ces solutions seront déployées progressivement sur le bassin sparnacien pendant les deux prochaines années.



PÔLE AVAL : AU SERVICE DE LA VALORISATION DE L'APPELLATION



Le pôle Aval a pour objectif de renforcer la notoriété et la désirabilité de l'appellation Champagne en France et dans le monde.

Nos missions ?

- **Mieux comprendre les marchés de consommation prioritaires** : face aux nombreux changements auxquels le Champagne doit faire face, il est primordial d'acquérir une solide connaissance de notre appellation non seulement en termes économiques, mais aussi en termes d'image perçue, d'habitudes des consommateurs et de tendances futures.
- **Accroître la perception d'excellence, de singularité et d'authenticité du Champagne** auprès des prescripteurs (presse professionnelle, sommeliers, cavistes, étudiants, ...) via nos actions d'éducation en France et à l'international.
- **Développer une image du Champagne plus proche et conviviale** auprès des consommateurs, en activant le développement de l'œnotourisme en Champagne, en accord avec les valeurs d'excellence de l'appellation.
- **Renforcer la désirabilité du Champagne auprès de la cible des Millénials**, en s'appuyant sur les réseaux sociaux, les nouveaux médias digitaux et les relations médias, en France et à l'international.

WINE EDUCATION : VERSION 2.0 !

Le Comité Champagne œuvre chaque jour pour développer la connaissance du Champagne auprès des professionnels. En 2018, nous avons intensifié l'utilisation des nouveaux moyens de communication pour toucher des personnes du monde entier, grâce à 3 supports : le film pédagogique, le site de e-learning Champagne Campus et Champagne.com

Histoire, terroir, travail de la vigne, élaboration et dégustation du Champagne, sont les grands thèmes du nouveau film pédagogique. Suite à l'excellent accueil des professionnels, nous avons, en 2018, maximisé sa diffusion grâce à une campagne Adwords sur les réseaux sociaux, Youtube et Facebook, en France et à l'international. Opération réussie avec plus de 3,7 millions de vues en 8 mois !

Traduit en 8 langues, ce film est utilisable par tous pour faire découvrir les secrets du Champagne.

Champagne Campus est l'espace e-learning du Champagne ! Pour recruter les professionnels et consommateurs qui souhaitent parfaire leurs connaissances de façon ludique, nous avons mis en place une campagne de sponsoring sur Internet en août 2018. Résultat : Plus de 1 000 visites en moins de 3 mois.

Enfin, nous développons en permanence la notoriété du site Champagne.com, référence du Champagne sur internet, grâce à des campagnes de sponsoring de mots-clés tout au long de l'année : le site a conservé la position de N° 1 sur Google. Bilan : 17 000 visites générées entre août et octobre 2018.

PROMOUVOIR L'APPELLATION À TRAVERS LE MONDE RÉEL ET VIRTUEL

LE CHAMPAGNE TISSE SA TOILE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

En 2018, le Comité Champagne a lancé son compte Instagram, un réseau incontournable pour toucher les nouvelles générations. Vivre le Champagne autrement à travers les plus belles images de la Champagne, c'est le leitmotiv de ce nouveau compte : suivez nous [@Champagne_officiel](#) !

Nous avons également renforcé nos activités sur les autres réseaux sociaux en segmentant notre communication.

Facebook, réseau indispensable pour échanger avec les passionnés du Champagne, amateurs et professionnels, est plutôt axé sur les actualités marquantes, les posts éducatifs et les articles de presse [@ChampagneOfficialPage](#).

Twitter, réseau de partage des informations en temps réel, est notre outil de communication à destination de la presse et des professionnels [@Champagne](#).

Youtube est la plateforme de diffusion des vidéos interprofessionnelles [@ChampagneOfficiel](#).

LinkedIn, réseau institutionnel du Comité Champagne, permet de partager les dernières actualités de notre interprofession et de développer une communication éducative sur des contenus "experts" [@Comité Champagne](#).

#MYCHAMPAGNE

Du 8 au 12 octobre dernier, 12 influenceurs des quatre coins du monde (Australie, Corée du Sud, Taiwan, Chine, Japon, Canada, États-Unis, Mexique, Allemagne, Suède et Italie) sont venus découvrir le terroir champenois lors de l'opération #MyChampagne. Véritables « passeurs » de messages, ils ont suscité de l'adhésion et de l'intérêt pour le Champagne auprès d'une cible rajeunie et moins traditionnelle.

Leur communauté a pu suivre cette semaine exceptionnelle grâce aux réseaux sociaux, notamment Instagram, où les publications étaient relayées grâce au hashtag #MyChampagne.

Au total, plus de 1,8 million de personnes ont pu vivre au quotidien cette expérience, constituée de visites de Maisons et Vignerons, dégustations, découvertes culturelles, ateliers culinaires et participation à un Chapitre de l'Ordre des Coteaux, au travers des 595 publications permanentes et des 500 stories éphémères ! De retour dans leurs pays, les influenceurs ont organisé un jeu auprès de leur communauté afin d'accroître leur engagement et partager leur passion pour le Champagne.

Pour retrouver les images de leur séjour, suivez le #MyChampagne ! Et pourquoi ne pas également partager vos moments « Champagne » en l'associant à vos publications ?



LES BUREAUX DU CHAMPAGNE

Au nombre de 12, les Bureaux du Champagne couvrent 15 pays : Allemagne et Autriche, les 3 pays du Benelux, Espagne, Italie, Royaume-Uni, Australie, Chine, Inde, Japon, Russie, Suisse et USA.

Leurs missions et objectifs :

La protection de l'appellation Champagne.

Cette mission est au cœur de l'action des Bureaux en Russie, aux USA et en Inde qui œuvrent à la reconnaissance de l'appellation. Dans les autres pays, les Bureaux sont les vigies du bon usage de l'AOC dont ils signalent le moindre détournement ou abus d'usage au service juridique du Comité Champagne.

La connaissance des marchés.

Une étude lancée en 2018, cette étude a pour objectif d'acquérir une connaissance fine et qualitative des spécificités locales afin de mieux accompagner la filière à l'export et de construire la stratégie internationale du Comité Champagne.

L'éducation des professionnels.

Mission centrale de l'action des Bureaux du Champagne dans le monde, son objectif vise à renforcer l'image d'excellence du Champagne, auprès des professionnels prescripteurs. Pour mener à bien cette mission, ils s'appuient sur des outils (traditionnels et digitaux) élaborés par le Comité Champagne.

Le développement de l'image et de la notoriété du Champagne.

Visant les médias généralistes, art de vivre et spécialisés, ainsi que les nouveaux influenceurs (réseaux sociaux), cette action utilise des moyens d'approche et des codes adaptés à cette cible. Par exemple, pour toucher la génération des Millenials, une nouvelle stratégie digitale globale a été initiée, communiquant sur des messages moins techniques mais plus expérientiels.

QUELQUES RÉALISATIONS MAJEURES EN 2018 :

- Soirée Champagne au consulat de France (Chine - Shanghai, mai) - 123 participants,
- Evénements Champagne et cuisine végétarienne (Benelux - Rotterdam, mai et Anvers, septembre) - 27 journalistes présents,
- Falstaff Champagne symposium (Autriche, septembre) - 120 professionnels formés,
- L'Expérience Champagne (Espagne, octobre) - 116 professionnels formés,
- Académie du Champagne (Italie, novembre) - 200 professionnels et journalistes formés.

NOS ACTIONS EN QUELQUES CHIFFRES :

 Plus de
6 200
professionnels
formés

 Plus de
1 900
retombés presse
générées

« équivalent achat d'espace » de
34,1 millions €
et
2 milliards
de contacts potentiels

 **39**
événements
pour la presse

 **32**
voyages de presse
en Champagne





COMMUNICATION AVEC LES MÉDIAS

Le Comité Champagne crée et entretient des relations avec les médias français et étrangers afin d'assurer à l'appellation et aux vins de Champagne une large présence dans la presse, et de valoriser leur image.

La présence du Champagne dans les médias français en 2018

France : 7 200 articles dans la presse écrite, 2 800 reportages en TV et radio, 74 300 parutions sur Internet.

Le service d'information et de presse

- Porte-parolat,
- Veilles médias ; revues de presse disponibles sur l'extranet interprofessionnel (rubrique « outils de communication »),
- Hotline : traitement de 600 à 700 demandes d'informations ou d'interviews par an,
- Photothèque de 5 000 photos à disposition des médias ; vidéothèque de courtes séquences d'images pour les télévisions,
- Coordination de 200 visites de journalistes par an,
- Diffusion de communiqués de presse,
- Suivi et analyse des retombées.

L'impact des relations médias en 2018* (exemples)

- Conférence de presse lors du Salon international ProWein, diffusion d'un communiqué de presse le 18 mars 2018



170
articles



une audience de plus de
81 millions
de personnes



« équivalent achat d'espace »
de près de
400 000 €

- Communication sur la vendange en Champagne : 3 communiqués de presse entre juillet et septembre 2018



600
articles



une audience de plus de
436 millions
de personnes



« équivalent achat d'espace »
de près de
2,5 millions €

* Source Data Observer, 2018.

TF1	france.2
france.3	arte



347 millions
d'individus
touchés*



270 millions
de foyers
dans 140 pays*



85 millions
de foyers
dans 100 pays*

* Audiences déclarées

▲ La vendange 2018 a été largement couverte par des médias grand public nationaux et internationaux.

◀ ARTE TV : « Le Champagne, ce qui le rend unique », 26 minutes.
200 000 téléspectateurs (audience moyenne hors replay).



VISIBILITÉ ET VALORISATION DE L'INNOVATION TECHNIQUE ET ENVIRONNEMENTALE

L'innovation environnementale et le développement durable permettent de générer des centaines de retombées médias positives et différenciantes pour l'image du Champagne. En voici quelques exemples obtenus à l'issue de communications sur des innovations spécifiques. Ils ne représentent qu'une partie de l'impact média des communications environnementales.

Communication « bouteille allégée » – depuis 2010

- 68 articles dans la presse française
- 139 articles dans la presse étrangère
- 22 reportages radio et TV

Communication « nouveau référentiel de Viticulture Durable en Champagne » – depuis 2014

- 72 articles dans la presse française
- 8 articles dans la presse étrangère
- 3 reportages radio et TV

La communication sur la Viticulture Durable en Champagne a également été soutenue sur les réseaux sociaux, sous diverses formes comme une infographie régulièrement mise à jour ou encore une vidéo de 3' (Film 'Le développement durable en Champagne' sur youtube.com/Champagne) qui sont à la disposition des Vignerons et Maisons pour leurs communications individuelles.

Le Comité Champagne a aussi développé un dispositif de communication pour les ressortissants certifiés VDC (logo, règles de communication sur l'habillage, annuaire des exploitations certifiées disponible pour le grand public sur www.champagne.fr).

Communication « Plan Climat » – depuis 2015

- 82 articles dans la presse française
- 59 articles dans la presse étrangère
- 9 reportages radio et TV

Communication « Création variétale » – depuis 2016

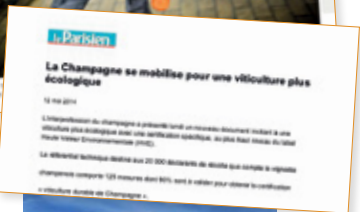
- 102 articles dans la presse française
- 22 articles dans la presse étrangère
- 14 reportages radio et TV

Communication « Le Champagne livré par voilier » - 2017

- 21 articles dans la presse française
- 15 articles dans la presse étrangère
- 4 reportages radio et TV

Sur le long terme, ces communications impactent positivement l'image du Champagne

- M, le magazine du Monde - 17/11/18
- Le Figaro Magazine - 23/11/18



LA PROTECTION DE L'APPELLATION



RENOUVELLEMENT DE LA PROTECTION EN INDE

En 2018, le Comité Champagne a obtenu le renouvellement, pour dix ans, de l'enregistrement de l'appellation Champagne auprès du gouvernement indien. Ce titre de propriété intellectuelle, obtenu pour la première fois en 2008, est un outil supplémentaire pour protéger l'appellation dans ce grand pays, d'ailleurs producteur de vins.

La protection de l'appellation Champagne a été depuis renforcée avec plusieurs importantes décisions de justice rendues en faveur du Comité Champagne : d'abord, à l'encontre de distributeurs de vins mousseux américains commercialisés en Inde sous la dénomination « California Champagne », puis contre un éditeur de logiciels de gestion commerciale à destination de l'hôtellerie appelé « Champagne », et dernièrement contre un producteur de boissons non alcooliques qui utilisait abusivement l'appellation Champagne.

Ainsi, la Haute Cour de Delhi a condamné ce producteur indien à cesser la fabrication, la distribution et la commercialisation de bouteilles de jus de fruit sans alcool présentées sous la dénomination Champagne. Cette décision s'est soldée, le 4 octobre 2018, avec la destruction des marchandises contrefaites, en présence d'une délégation du Comité Champagne et d'un représentant du gouvernement français.

Le Comité Champagne est satisfait du renouvellement de l'enregistrement de l'appellation Champagne en Inde et de l'importance que ce pays accorde aux indications géographiques.

PREMIÈRE DÉCISION DE JUSTICE EN GRÈCE

Suite à la découverte d'une enseigne commerciale d'articles de mode & bijoux « Champagne » sur l'île de Santorin, le Comité Champagne, après avoir tenté en vain d'obtenir un accord amiable, a porté ce cas devant la justice grecque. En février 2018, le juge compétent condamne fermement la société à cesser immédiatement toute utilisation du nom Champagne et au versement de dommages et intérêts.

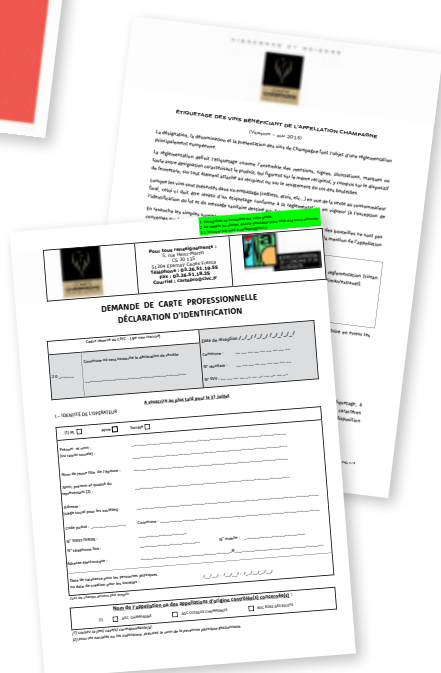




LE COMITÉ CHAMPAGNE AU SERVICE DES CHAMPENOIS

À côté des actions menées en faveur de la protection de l'appellation Champagne, le service juridique travaille avec l'INPI et Vin & Société pour répondre aux questions posées par les vignerons et maisons de Champagne, qui touchent aux droits de propriété intellectuelle et à la loi Evin avec, par exemple, la délivrance d'informations ou de guides juridiques de la dégustation.

Les questions de droit vitivinicole et celles relatives au cahier des charges de l'appellation Champagne font également partie des sujets traités, en lien avec l'INAO et les services vigne et vin du Comité Champagne.



Contrefaçon russe découverte en Chine

LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON

Le Comité Champagne poursuit son action de lutte contre la contrefaçon en appliquant une tolérance zéro à l'égard des produits qui usurpent l'appellation Champagne. Cette année, plusieurs saisies douanières ont eu lieu, notamment en Roumanie et en Israël, qui ont permis de retirer du marché près de 60 000 bouteilles de «Champagne» russes et moldaves.

Ces opérations sont le résultat d'une coopération nouée par le Comité Champagne avec les autorités en charge des contrôles aux frontières et sur le territoire. Au cours de l'année 2018, près de 400 personnes ont ainsi été formées par les services du Comité Champagne, notamment en France, en Belgique, en Espagne, en Lettonie et au Royaume-Uni.

ORGANISATION DE LA FILIÈRE

UN NOUVEAU CADRE DE CONTRACTUALISATION INTERPROFESSIONNEL A ÉTÉ ADOPTÉ, POUR UNE PÉRIODE DE 5 ANS.

Le bureau exécutif du Comité Champagne a adopté, le 14 décembre 2018, la décision n° 187 qui définit l'ensemble des règles que doivent respecter les vendeurs et les acheteurs de raisins et de vins susceptibles de bénéficier de l'appellation d'origine contrôlée Champagne. Elle s'appliquera à compter du 1^{er} août 2019 jusqu'à la fin de la campagne 2023-2024.

Cette décision réaffirme les principes qui garantissent la bonne organisation du marché : assurer, aux négociants, un approvisionnement de qualité et, aux vignerons, une rémunération permettant le partage de la valeur créée.

Constatant son efficacité, la décision reconduit les principales mesures du dispositif actuel, notamment, de la clause de réserve de propriété qui garantit les vendeurs contre tout défaut de paiement de leurs acheteurs. Les échéances de paiement champenoises sont également reconduites, à l'exception des contrats ponctuels portant sur des bouteilles en cours d'élaboration, dont les délais de paiement sont ramenés aux délais légaux.

Les modalités de détermination du prix ont, elles, évolué. Les dispositifs actuels sont reconduits (prix fixé ou prix indexé), mais la décision permet désormais aux parties de signer un contrat-cadre qui offre plus de souplesse, mais aussi beaucoup de sécurité pour déterminer, lors de chaque vendange, dans un contrat d'application, le prix à payer. Il est également prévu que les parties peuvent convenir de rémunérer les certifications environnementales, telles que VDC, sous forme de prime.

Pour respecter les dispositions de la loi EGALIM, la décision prévoit que les contrats conclus en application de la décision n° 187 doivent être précédés d'une offre du vendeur. Les parties peuvent cependant s'affranchir de cette formalité lorsqu'un courtier intervient à la transaction.

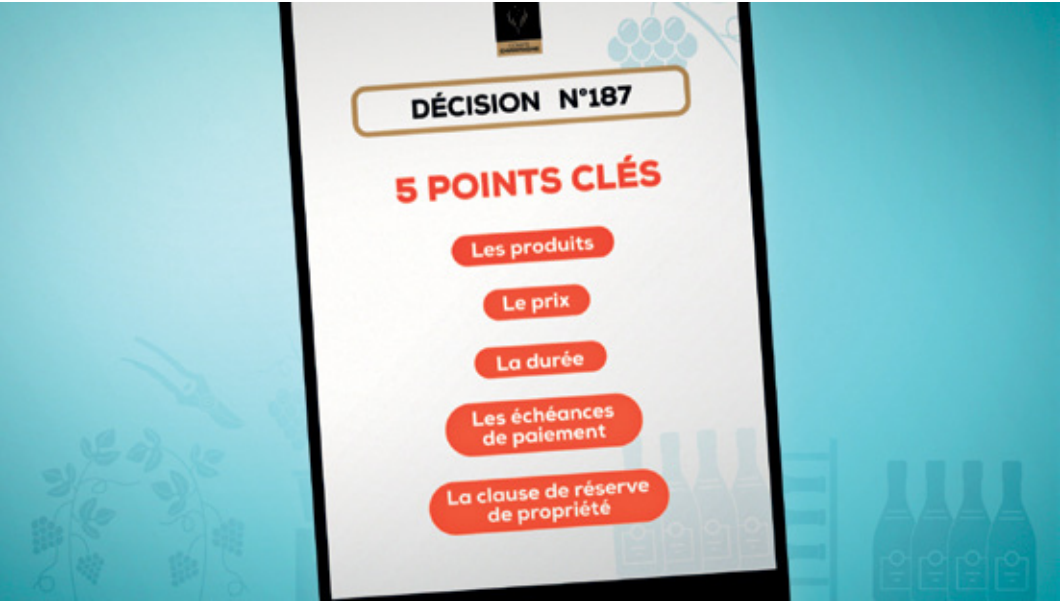
Ces contrats doivent être transmis aux services du Comité Champagne qui, après vérification de leur conformité, procède à leur enregistrement et en informe les parties.

Toutes les précisions utiles, ainsi que des modèles de contrats, sont à la disposition des acheteurs et des vendeurs sur l'extranet (<https://extranet.comitechampagne.fr>).

LES CONTRATS EN CHAMPAGNE EN QUELQUES CHIFFRES



UNE ANIMATION GRAPHIQUE EXPLIQUANT LES MODALITÉS
DU NOUVEAU CONTRAT INTERPROFESSIONNEL EST
DISPONIBLE SUR L'EXTRANET DU COMITÉ CHAMPAGNE.



BUDGET

Les états financiers sont soumis à un contrôle strict, assuré par plusieurs autorités publiques : Contrôle général économique et financier, Cour des comptes et Commissaire aux comptes.

RESSOURCES/DÉPENSES (EN K€)

Contributions raisins	9 024	Charges de structure	4 455
Contributions bouteilles	8 390	Technique et environnement	6 049
Revenus financiers	160	Économie et juridique	4 366
Revenus agricoles	977	Aval	3 483
Prestations de services	1 037	Équipement du vignoble	880
Autres revenus	785	Autres charges	1 491
TOTAL	20 373	TOTAL	20 724

CONTRIBUTIONS

Pour un récoltant-livreur exploitant un hectare, la participation au Comité Champagne est de 131 euros, soit 1,25 centime par kilo vendu.

Pour un négociant expédiant 100 000 bouteilles, la participation au Comité Champagne est de 4 212 euros, soit 4 centimes par bouteille expédiée.



Protection de
l'appellation Champagne

 0,5 c€ par bouteille



Accompagnement
technique

 1 c€ par kilo



Actions de communication
à l'étranger

 0,75 c€ par bouteille

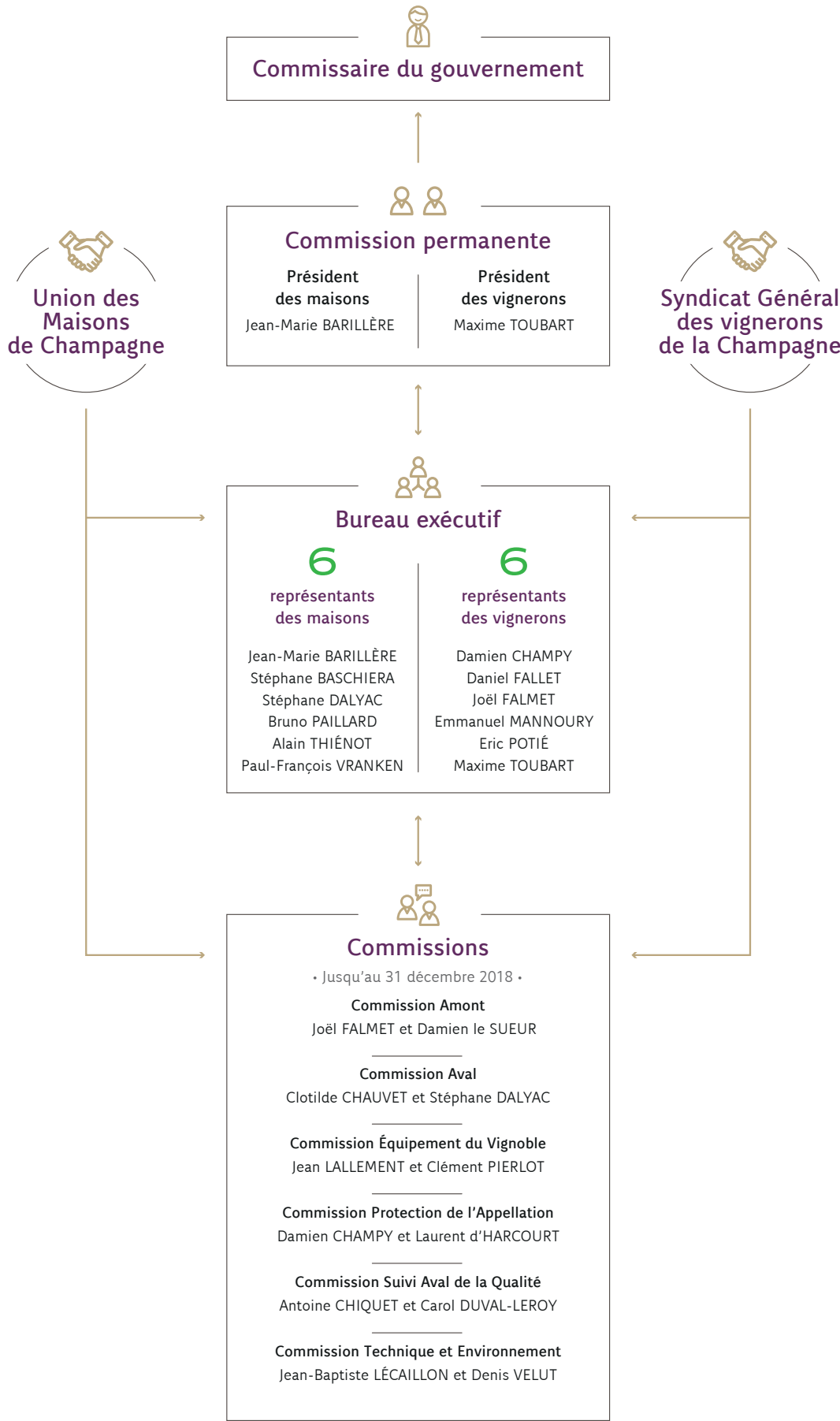


Gestion de la réserve
et du Casier Viticole Informatisé

 30 € par hectare

GOUVERNANCE

DE L'INTERPROFESSION CHAMPENOISE



PARTENAIRES

À travers ses actions entreprises pour la filière, le Comité Champagne est impliqué dans un vaste réseau de partenaires qui contribuent au développement de la filière et du territoire. Voici quelques exemples parmi une centaine d'autres.

ARCHITECTURE & CHAMPAGNE

Les équipes d'étudiants des universités d'été « Architecture et Champagne » conçoivent et construisent des loges de vigne à partir de matériaux de récupération.

Chaque loge est installée sur une parcelle réservée à cet effet par un vigneron, un groupe de vignerons ou une maison de Champagne, étroitement associés au processus de création.

Pour en savoir plus :
www.architectureetchampagne.fr



ADELPHE

Interview de Sophie WOLFF, directrice déléguée d'ADELPHE



“ En nous déléguant leur obligation, les adhérents du Comité Champagne se positionnent en acteurs responsables et favorisent le recyclage de leurs emballages.

Notre nouvelle « Feuille de route emballages » :

- Mobiliser les professionnels en proposant des solutions concrètes faciles à mettre en place pour minimiser l'impact des emballages,
- Innover à travers des travaux de Recherche et de Développement pour faire émerger des matériaux à faible impact,
- Informer les consommateurs sur la démarche d'éco-conception des produits.

”

Pour en savoir plus : www.adelphe.fr



LA MISSION COTEAUX, MAISONS ET CAVES DE CHAMPAGNE - PATRIMOINE MONDIAL

La Mission Coteaux, Maisons et Caves de Champagne - Patrimoine Mondial a organisé pour la 3^e année consécutive « le séjour des Réconciliations ».

Les Coteaux, Maisons et Caves de Champagne ont également été retenus pour un projet financé par l'Union européenne et porté par l'Unesco : les World Heritage Journeys of Europe. Ils sont valorisés au moyen notamment d'une plate-forme digitale et d'un plan de communication et de marketing mis en œuvre par le National Geographic.

Pour en savoir plus :
<http://www.champagne-patrimoinemondial.org>

L'AIDAC (ASSOCIATION D'INSPECTION DES APPELLATIONS DE LA CHAMPAGNE)

L'AIDAC est un partenaire direct du Comité Champagne. Par délégation de l'ODG, le Comité Champagne exerce une grande partie du contrôle interne défini par le plan d'inspection des appellations Champagne, Coteaux champenois et Rosé des Riceys. Ainsi le résultat de l'identification de chaque nouvel opérateur (producteur de raisin, récoltant-vinificateur, négociant-manipulant) est transmis à cet organisme en vue d'une habilitation par les services de l'INAO. Pour les centres de pressurage, une procédure plus spécifique est également mise en œuvre. Enfin, le contrôle documentaire réalisé par le service Vignoble et Récolte du Comité peut conduire, en cas d'anomalie, à transmettre les dossiers non conformes à l'AIDAC qui proposera à l'INAO une mesure de sanction à l'encontre de l'opérateur incriminé. Dans le cadre de la vérification du bon fonctionnement des obligations qui lui incombent, le service Vignoble et Récolte du Comité Champagne est audité deux fois par an par l'AIDAC.

Pour en savoir plus :
AIDAC, 8 r Pré Breda, 51530 MARDEUIL,
tél 03 26 54 07 58



COMITÉ INTERPROFESSIONNEL
DU VIN DE CHAMPAGNE

5 rue Henri-Martin,
CS 30135,
51204 Epernay, France

tél : 03 26 51 19 30
email : info@champagne.fr



www.champagne.fr

