



## La démarche Bee-orchid d'Univitis

### DÉVELOPPEMENT DURABLE ↻

Depuis plus de cinq ans, le groupe coopératif girondin Univitis promeut des pratiques respectueuses de l'environnement sur son vignoble pilote du Château Les Vergnes. Le groupe vient par exemple de signer une convention terroir avec la société Frayssinet, spécialiste de la fertilisation organique des sols, qui engage Univitis à utiliser exclusivement des fertilisants organiques et naturels homologués en agriculture biologique sur son domaine pilote.

### Un logo en signe de ralliement

Et pour formaliser son engagement dans le développement durable, Univitis a baptisé sa démarche Bee-Orchid. "L'objectif est de poursuivre les actions concrètes sur ce vignoble pilote afin de les proposer ensuite aux adhérents. Cependant, elles ne doivent pas mettre en danger la pérennité de l'activité

**BEE-ORCHID** vient du nom des orchidées qui poussent sur le domaine des Vergnes depuis que des pratiques plus respectueuses de l'environnement ont été adoptées. Ce logo symbolise l'engagement d'Univitis dans le développement durable.



et doivent concilier la dimension environnementale, sociale et économique", explique Univitis. Le logo Bee-Orchid est à ce jour réservé aux vins du Château Les Vergnes. "Les adhérents qui intégreront la démarche de façon complète pourront également avoir ce logo", précise le groupe girondin. Les démarches à venir visent notamment à maintenir et à développer la biodiversité sur le domaine.

M.-E. K.

## BRÈVES

### ↻ Torres réduit le poids de ses bouteilles.

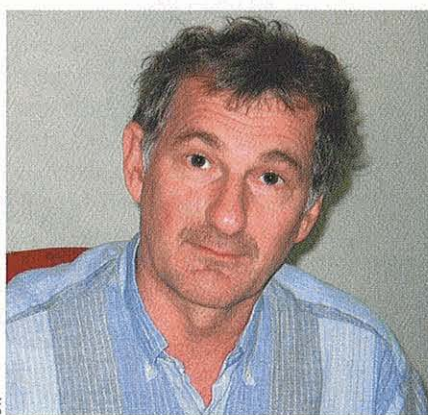
Torres, l'une des grandes entreprises espagnoles, se met au vert et va réduire le poids de ses bouteilles, ce qui permettra de diminuer ses émissions de gaz à effet de serre. Le poids des bouteilles de type bourguignon sera réduit de 16,67 %, sachant que 18,7 millions d'entre elles sont produites chaque année. La marque Vina sol 2008 sera la première à bénéficier de ces bouteilles allégées. ●

### ↻ Gabriel Meffre se met au vert.

Fruit d'un long travail de R & D entre les verriers VAO, OI et le service marketing de Gabriel Meffre à Gigondas, la nouvelle bouteille La Chasse du Pape affiche 10 % de poids de verre en moins. Sans pour autant perdre de son charme. L'utilisation de cette bouteille, sur près de 70 % des vins de la gamme, permettra d'économiser plus de 200 tonnes de verre par an. Cette nouvelle bouteille répond à une demande de la clientèle, essentiellement canadienne et anglaise, et s'inscrit dans une politique globale en faveur de l'environnement. ●

## Les performances des coops dépendent du circuit de commercialisation

**ÉTUDE** ↻ La performance économique de 14 coopératives viticoles d'Aquitaine (13 en Gironde et une en Lot-et-Garonne) a été analysée à la loupe<sup>(1)</sup> sur l'exercice 2007-2008. Premier enseignement : les deux principaux paramètres qui expliquent les écarts de rentabilité entre les différentes stratégies commerciales sont le mode de conditionnement et le circuit de commercialisation. Globalement, la vente en vrac est de 10 % moins rentable que la vente conditionnée. La stratégie commerciale la plus rentable est la vente en vrac ou en bouteilles aux revendeurs (grande distribution, cavistes, restaurateurs). Vient ensuite, la vente en vrac aux unions de coopératives, la vente en vrac au négoce puis la vente en vrac ou en bouteilles aux particuliers. In fine, le moins rentable est de vendre des bouteilles au négoce. Mais sur ce point, les auteurs de l'étude mettent en garde contre des conclusions trop hâtives. Le



**FRÉDÉRIC COURET**, Enitab de Bordeaux.  
"La vente auprès de circuits de revendeurs apparaît plus performante mais comme elle ne pèse que 18 % des volumes vendus, on peut se demander si sa bonne performance serait identique avec un poids plus élevé dans les ventes."

négoce pèse en effet 65 % des ventes des coopératives tandis que la vente de bouteilles ou de vrac auprès de circuits

de revendeurs ne représentent que 18 % des volumes vendus. On ignore si la performance de ce type de circuit serait identique avec un poids plus élevé.

### Le destockage en question

Autre enseignement tiré de cette étude : le résultat économique des coopératives qui ont déstocké sur l'année (volumes vendus supérieurs aux volumes produits) est inférieur à celui des coopératives qui ont stocké. Le déstockage s'est-il fait à perte ? Enfin, moins surprenant, la taille de la coopérative entre en jeu dans la rentabilité. Plus la taille est élevée, meilleure est la rentabilité globale de la coopérative. Sur ce dernier point, l'effet des fusions de coopératives sur la rentabilité générale devrait faire bientôt l'objet d'une étude complémentaire. M.-N. C.

(1) L'étude a été réalisée par l'Ecole nationale des ingénieurs des travaux agricoles (ENITA) de Bordeaux