

Nouveau président du BNIA à Éauze et suivi d'Armagnac 2030

Jérôme Delord prend la relève de Patrick Farbos pour 3 ans



Nouveau président du BNIA à Éauze et suivi d'Armagnac 2030

Ce 28 octobre 2022, lors de l'assemblée générale du Bureau National Interprofessionnel de l'Armagnac (BNIA) à Éauze, c'est le dernier jour de la présidence de Patrick Farbos (producteur), qui va être remplacé par Jérôme Delord (négociant) pour 3 ans.



Vue de la Maison du vignoble de Gascogne et de l'Armagnac

L'assemblée générale a lieu dans la Maison du vignoble de Gascogne et de l'Armagnac, dont la construction est terminée depuis peu.



Le hall d'accueil et, à gauche, la salle de réunion

Cette assemblée a lieu en présence, notamment, de Laurence Lecoustre, sous-préfète de Condom, de David Taupiac, député, de Franck Montaiger, sénateur, de Philippe Dupouy, président du Conseil départemental.

Accueil de Patrick Farbos

Patrick Farbos accueille les participants en se félicitant que les 3 filières – vin, floc et armagnac – soient à présent rassemblées sous un même toit. La Maison du vignoble de Gascogne et de l'Armagnac, c'est un projet vieux de plus de 30 ans qu'il a eu le bonheur de voir réaliser pendant son mandat.



Laurence Lecoustre, sous-préfète de Condom et Patrick Farbos, président sortant du BNIA

Ce vieux projet est devenu une réalisation bénéfique aux 3 filières – vin, floc, armagnac - dont les représentants peuvent discuter ensemble et même préparer des opérations communes de com.

Patrick Farbos note parmi les autres opérations réussies sous son mandat : la mise en place de chartes avec les départements de l'AOC (Gers, Landes et Lot-et-Garonne), la reconnaissance pour les AOC Armagnac et Floc de Gascogne du statut spécialisé pour leurs Organismes de défense et de gestion (ODG) et l'élan donné à la confection de cocktails à base d'armagnac.

Il est également très satisfait d'avoir obtenu des résultats dans un autre domaine : celui des relations avec le Conseil départemental. Qui étaient tout simplement inexistantes à son arrivée, alors qu'elles ont une grande importance. Il ne ne fallait donc pas s'étonner qu'il n'y ait aucune subvention par ce canal...Il a fallu regagner le terrain perdu, renouer les liens.



Intervention de Philippe Dupouy, président du Conseil départemental du Gers

C'est alors que **Philippe Dupouy** saisit la balle au bond et annonce qu'une convention entre le Conseil départemental et le BNIA est en préparation.

Ensuite, l'expert-comptable Jérôme Lasfargue présente les comptes et Olivier Goujon, directeur du BNIA, le rapport de gestion, suivi des rapports du Pôle technique (Marie-Claude Ségur) et du Pôle communication (Maeva Vidonne).

Aperçu des comptes

Jérôme Lasfargue présente les comptes. Les produits de l'exercice s'élèvent à 1 354 472 euros et le total des charges à 1 294 735 euros, soit un résultat de 59 737 euros. Ce qui marque le renouveau de l'activité après le plus fort du covid, puisque les chiffres de l'exercice précédents sont de 792 902 euros pour les produits, de 787 229 euros pour les charges et de 5 673 euros pour le résultat.

Rapport de gestion

Olivier Goujon note que le décalage entre la perception de certaines subventions et l'arrêt des comptes provoque un décalage dans la gestion des charges.

Il note aussi qu'il y a trop de retard dans la perception des CVO (1). Cela risque d'empêcher le BNIA d'agir au bon moment. C'est donc un problème à régler dès que possible en passant par la dématérialisation des obligations professionnelles des adhérents. Il faut repenser le principe d'appel des CVO « et, pourquoi pas, leur montant ». En effet, le BNIA manque de moyens pour organiser certaines opérations de com importantes.



Olivier Goujon, directeur du BNIA

Il faut rapprocher les Déclarations récapitulatives mensuelles (DRM) et les Déclarations de stocks et de mouvements, et réduire le temps passé à la saisie. Il faut utiliser e-Concerto, la solution qui accompagne les opérateurs dans leurs relations avec les douanes. À noter que le BNIA est en mesure d'aider les adhérents qui auraient des difficultés informatiques.

Enfin, l'arrivée dans cette Maison permettra de mutualiser les compétences, à l'aube du projet Armagnac 2030, (détaillé plus bas) « avec des ambitions, des projets et des attentes ». Ce sera « le siège d'échanges et de perspectives et non une tour administrative détachée de vos intérêts d'opérateurs ».



Marie-Claude Ségur, responsable du Pôle R&D, Qualité et Développement durable

Actions marquantes du rapport de Marie-Claude Ségur (2)

L'exercice passé a été celui de l'année 2 de la thèse sur le Baco blanc et la contribution de l'eugénol aux mécanismes naturels de défense de ce cépage et aux qualités organo-leptiques de l'armagnac ». Le doctorant est Xavier Hastoy, le directeur de thèse, Gilles de Revel de l'Institut des Sciences de la vigne et du vin et Marc Fermaud, de l'INRAE (3) de Bordeaux ; avec d'autres partenaires. C'est ainsi qu'est étudiée la sensibilité au botrytis selon la teneur des baies en eugénol ; sans oublier sa « caractérisation sensorielle » grâce à une dégustation précise ;

la distillation en R&D et la formation des distillateurs ; enseignement de fond et préparation d'un guide des bonnes pratiques ;

la formation des BTS Distillation du lycée agricole de Riscle (transmission des savoirs et de la passion du métier) ;

la défense de l'appellation : en particulier, participation au groupe de travail « boissons spiritueuses » de l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité) ;

des actions récurrentes comme la master class pour le diplôme d'œnologue, la diffusion des bonnes pratiques et des listes de produits phytosanitaires, l'organisation de concours d'armagnacs etc.



Maeva Vidonne, chargée de communication

Actions de communication

Maeva Vidonne énumère les nombreux événements créés par le BNIA ou auxquels il a participé. Citons :

événements grand public : pique-nique et dîner champêtre Qualivores, Toulouse à table, Festival Gastronomie gasconne à Auch, la Flamme de l'Armagnac à Mézin, Montréal et Eauze, les Journées du Patrimoine culinaire à Barbotan etc.,

événements prescripteurs : Chapitre des Mousquetaires à Biarritz (2 fois), le Salon France Quintessence (7 700 visiteurs dont 3 800 professionnels), Sommeliers Dating (60 professionnels dont 40 sommeliers), l'assemblée générale de Gîtes de France, Talents de l'Armagnac, Salon Vinexpo à Paris (25739 professionnels), Congrès International des Maîtres cuisiniers de France, Armagnac Lounge à New York (23 professionnels) etc.,

événements concernant les 3 filières : Salon International de l'Agriculture de Paris, Pentecôte à Vic, l'Apéro Voyageurs du Sud-Ouest etc.

De plus, le BNIA a accueilli des professionnels de la Chambre de commerce et de navigation d'Alicante, le Comité des sites remarquables du goût, l'ambassadrice de l'armagnac aux États-Unis.

Par ailleurs, les relations presse ont fait l'objet de 10 communiqués, de l'envoi de 648 échantillons et de 134 coffrets et de 2 voyages de presse. D'où 359 retombées « presse ». À cela s'ajoutent 38 520 fans dans les réseaux sociaux.

Quelques chiffres sur l'armagnac

Stocks d'alcool pur, tous opérateurs confondus : 159 506 hl (contre 159 236 en 2018),

Ventes en 2021 : 10 374 hl d'alcool pur, soit 3,7 millions de bouteilles, dont 1,16 millions vendues en France et 1,57 millions à l'export pour 20 millions d'euros ; en France, 82 % du volume est réalisé par les 12 premières maisons ; à l'export, 80 % du volume est réalisé par les 15 premières maisons,

les 5 premiers marchés en valeur sont : la Chine (17 %), les États-Unis (17 %), la Grande-Bretagne (11 %), la Russie (11 %) et l'Allemagne (6 %),

les 5 premiers marchés en volume sont : les États-Unis (16 %), la Grande-Bretagne (12 %), la Chine (11 %), la Russie (10 %) et l'Espagne (8 %),

Le plan stratégique Armagnac 2030 (4)

Ce plan comporte des priorités à concrétiser pour assurer la durabilité des entreprises adhérentes : attractivité, performance organisationnelle, pratiques durables, qualité et savoirs.

Une première étape a été franchie au printemps 2022 : 40 opérateurs de la filière (producteurs, négociants, administrateurs du BNIA) ont réfléchi sur ces 4 thèmes, en 4 ateliers, avec l'universitaire Jacques-Olivier Pesme comme animateur. Chacun a pu s'exprimer pendant 2 jours. Les forces et les faiblesses du BNIA et de la filière ont été énumérées.

C'est l'état des lieux avant la construction proprement dite du plan.

La présidence passe à Jérôme Delord

Le nouveau président veut que la filière produise mieux et produise plus d'armagnac. Pour lui, il faut doubler les ventes ! Dans les 5 ans, il faut distiller tous les ans 20 000 hl, soit 7 millions de bouteilles vendues chaque année [contre 10 374 hl et 3,7 millions de bouteilles en 2021]. Si nous franchissons ce cap, l'armagnac sera une filière plus solide.

Il déclare en substance au périodique Armagnac News qu'il faut redonner confiance à tous les acteurs de la filière, pour qu'ils soient fiers de leurs produits. Les jeunes consommateurs qui viennent à l'armagnac sans tabou sont une grande chance « à ne pas louper ».

Son message : « Distillons ! » Parce que la distillation est magique, elle appartient à notre culture, à notre tradition, à nos familles et à notre histoire. Et parce que le marché est là, il faut anticiper les années à venir. Et parce que distiller, c'est rentable.

Nous sommes en train de nous rendre compte que nous avons un trésor dans les mains.

Il faut aussi que les jeunes rejoignent la démarche Armagnac 2030 : nous avons besoin de leur vision.

(1) Contributions volontaires obligatoires (sic). (2) Responsable Pôle R&D, qualité et développement durable. (3) l'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement. (4) Les 7 priorités du plan Armagnac 2030 :

la création de l'observatoire Armagnac amont-aval,

l'attractivité,

une communication sur l'imaginaire de l'Armagnac,

le développement de pratiques durables (avec l'adaptation au changement climatique),

l'alimentation d'un centre d'interprétation (alimenté par les archives redécouvertes avec le récent changement de siège social),

la création d'une destination spiritourisme (avec un label dédié)

la refonte de la gouvernance de la filière (avec des référents territoriaux).