



# RAPPORT ANNUEL



SIEUR D'ARQUES  
— Limoux - France —

EDITION  
2015

# sommaire

- 2**  
sommaire
- 3**  
édito
- 4 / 5**  
le conseil d'administration
- 6 / 7**  
chiffres clés 2015
- 8 / 9**  
le vignoble  
les adhérents
- 10 / 11**  
zoom sur les employés  
pourquoi nous travaillons  
chez Sieur d'Arques
- 12**  
portfolio
- 13**  
nos œnologues
- 14 / 15**  
notre gamme de produits

- 16 / 17**  
l'aventure Aguila
- 18 / 19**  
Sieur d'Arques dans le  
monde
- 20**  
les investissements
- 21**  
presse et distinctions
- 22 / 23**  
la qualité et  
l'environnement
- 24 / 27**  
Sieur d'Arques est  
une fête

# édito

**Pierre-Louis FARGES : M. Chiaroni, quel regard portez-vous sur l'année 2015 ?**

**Pascal CHIARONI :**

Dans un contexte de concurrence exacerbée, les principes de rigueur de gestion mis en place, associés à une politique de revalorisation des prix de vente, ont permis de dégager un bon résultat sur l'exercice 2015, associé à une stabilité du chiffre d'affaires global.

Au cœur de la stratégie du groupe, les vins effervescents, attaqués sur tous les marchés mondiaux par les productions espagnoles et italiennes, manquent de peu le palier des 7 millions de cols que nous nous étions fixés, mais progressent de 2,5%.

Malgré cette forte concurrence, l'export reste le fer de lance de cette activité avec un CA en progression de 10% et près de 43% des ventes bouteilles du groupe.

Le service commercial GD France quant à lui, attendait avec impatience le lancement d'une nouvelle marque de Crémant : Aguila. C'est aujourd'hui chose faite, et une nouvelle référence de Crémant rosé est d'ailleurs en cours de développement pour un lancement prévu fin du premier trimestre 2016. Cette marque, qui a pour objectif de revaloriser le segment des vins effervescents de Sieur d'Arques auprès des acteurs de la grande distribution, de stopper l'érosion des prix des bulles vendues dans ce circuit, devrait dans les années qui viennent apporter une réelle contribution aux 42% que représente ce secteur dans l'activité bouteilles de Sieur d'Arques. Nous nous sommes en tout cas donnés les moyens de réussir ce lancement, en empruntant les codes modernes et chics qui tirent le marché vers le haut, et en renonçant à l'image très traditionnelle des AOP effervescentes françaises.

Dans l'ensemble, le prix moyen de vente des vins effervescents du groupe a progressé, augmentant ainsi la marge de l'activité, sans perturber outre mesure le comportement de nos clients ni celui de nos consommateurs. Les vins tranquilles quant à eux, ont assuré une progression de 3% en valeur sur le total de l'activité, grâce notamment à la GD. L'activité de prestation de service pour les tiers a également augmenté de près de 9% en CA. Elle reste un axe prioritaire du développement du pôle vins tranquilles et un révélateur de notre savoir faire.

Concernant les Ressources Humaines, 2015 a été une année de profonde mutation, au cours de laquelle ce service a pris une nouvelle dimension, en étant amené à fonctionner de façon transversale avec la majorité des services de l'entreprise, sur des projets d'ordre réglementaire, organisationnel, et de santé.

Sur le plan des fonctions supports, le service ADV, véritable pivot de notre supply chain, entre commerce et production, a vu ses fonctions étendues à toutes les activités commerciales de la société, France et export.

Une nouvelle organisation séparant le pôle vin du pôle industriel a été également mise en place. Ce choix devra permettre à terme, une amélioration de la productivité du groupe

d'une part, et la redynamisation de nos activités de recherche et développement d'autre part, afin de garantir une adaptation continue de nos produits aux attentes des consommateurs, tout en maintenant l'excellence qualitative de nos produits.

Pour conclure, je dirais que le groupe Sieur d'Arques s'est réorganisé au niveau de chaque service pour mieux affronter un marché sans concession, avec tout le professionnalisme et le franc soutien de ses salariés.

**Pascal CHIARONI : Et vous Président, comment voyez vous l'avenir de Sieur d'Arques et de ses vignerons ?**

**Pierre-Louis FARGES :**

Notre équipe a pris la gouvernance du Groupe au mois d'août 2016, nous n'effectuons donc qu'un constat en ce qui concerne l'exercice 2015 et l'exercice 2016 déjà bien entamé.

L'année 2015 a marqué une troisième année consécutive bénéficiaire qui permet d'envisager l'avenir sereinement, même si nous devons poursuivre la politique de désendettement du groupe.

Cependant, notre chiffre d'affaires global reste stable et n'évolue pas. De nombreuses économies ont été réalisées, mais nos perspectives doivent passer par un développement de nos volumes et de nos marges.

Nos regards se tournent désormais sur l'exercice 2017 et les suivants. Le développement de la Bulle AOP reste l'axe majeur de notre

stratégie, avec le développement des volumes et un premier objectif à 7 millions de cols, et le développement des marges sur les différents circuits commerciaux. Nous comptons développer les marchés à l'export vers des pays comme les Etats-Unis, qui ont une progression intéressante au niveau des bulles.

La poursuite du lancement de la marque Aguila nous permettra de reconquérir des parts de marché en grande distribution et d'apporter une meilleure valorisation.

## " L'EXPORT, FER DE LANCE DU SECTEUR VINS EFFERVESCENTS "

En ce qui concerne les vins tranquilles, notre travail doit essentiellement porter sur l'amélioration de nos performances industrielles et de notre compétitivité, afin de pouvoir nous positionner au mieux sur les différents circuits commerciaux et notamment en grande distribution. Nous pourrions améliorer ces performances en créant des synergies avec la cave Anne de Joyeuses. Notre volonté est de nous rapprocher pour créer une véritable dynamique de la coopération viticole sur le bassin Limouxin, en mettant en avant les forces de chacune de nos entreprises.

En termes d'image, nous devons avoir une réflexion sur notre opération emblématique, Toques et Clochers. La recherche de l'optimisation de cet évènement est incontournable pour obtenir un meilleur retour sur investissements et une visibilité accrue de cette manifestation.

Pour nos vignerons adhérents, notre ambition est la recherche de la meilleure valorisation de nos raisins. Pour cela, il nous faut être en phase avec le marché, en particulier celui des effervescents AOP qui fait notre spécificité.

Enfin, nous devons tout mettre en œuvre pour ramener la sérénité au sein de notre Groupe de vignerons coopérateurs.





# le conseil d'administration



Jean-Marie  
PASQUETTO

Administrateur



Christine  
VIE

Secrétaire,  
responsable  
Toques &  
Clochers



Jean-Marie  
PLANET

Administrateur



Brigitte  
CANET

Trésorier-adjoint



Claude  
LAPEYRE

Administrateur



Marc  
SEVELY

Administrateur





Benoît  
CALVEL

Premier  
Vice-président,  
responsable  
Vignoble

Pierre-Louis  
FARGES

Président

Thierry  
GARRIGUES

Second  
Vice-président,  
responsable  
Travaux

Pierre  
TICHADOU

Administrateur

Pierre  
JAMMET

Trésorier,  
responsable  
événementiel

Lara  
ANDUJAR

Secrétaire-adjoint



# chiffres clés 2015



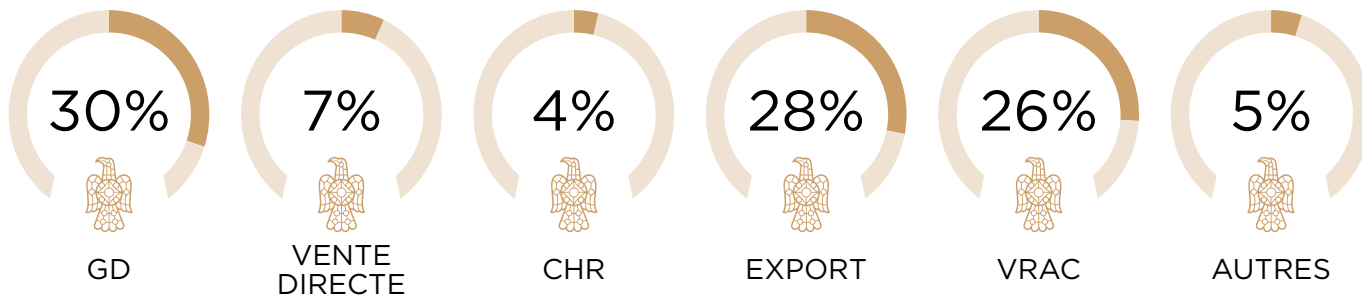
**CHIFFRE  
D'AFFAIRES  
2015**

45,3 M€

## répartition CA France / Export



## répartition CA par réseau de distribution





**résultat  
d'exploitation**  
1.9 M€

**capitaux  
propres**  
16.4 M€

**résultat  
net**  
972 K€

+ 500 K€  
d'investissements

## répartition Volumes / CA ht



effervescents



6 678 451 cols / 23 024 K€ ht de CA



vins bouteilles (équivalent 75)



5 197 475 cols / 9 655 K€ ht de CA



vins vrac (hl)



118 699 hl / 11 805 K€ ht de CA

## production 2015

nombre de bouteilles produites habillées (VT)

EN PROPRE

3 525 593 cols

EN PRESTATIONS  
EXTERNES

89 362 quarts 402 882 Bibs

EN PRESTATIONS  
EMBOUEILLAGE

1 877 112 cols  
pour des tiers

nombre de bouteilles produites habillées (VE)

EN PROPRE

6 827 705 cols



# le vignoble

## les chiffres de la récolte 2015 :



99 296

HL  
revendiqués



1 804

Ha  
déclarés

TRAVAIL  
D'IDENTIFICATION  
DES PARCELLES  
RÉFÉRENTES



Sabine RENAUD  
Responsable Vignoble  
depuis 2013

La principale action menée par le service vignoble cette année a été de réactualiser le réseau des parcelles de référence du cépage Mauzac.

Le but de cette étude est de remettre en question l'ancien réseau de maturité en prenant en compte différents facteurs. La gestion de la maturité du raisin joue un rôle central dans la recherche d'une vendange de qualité et dans la production de vin. Son suivi est décisif au niveau du vignoble,

et d'autant plus compliqué que nous avons des surfaces importantes. La diversité de notre terroir nous a conduit à la mise en place d'un réseau de maturité, à partir de parcelles représentatives des zones de production. Aujourd'hui, il doit être réactualisé afin de répondre à nos exigences qualitatives mais aussi en termes de représentativité et de praticité d'utilisation. Afin de réaliser cette étude, nous avons fait appel à une stagiaire de l'école d'ingénieur de Toulouse Purpan, et dans le but d'affiner les paramètres permettant d'identifier et de valider les nouvelles parcelles de référence, nous avons fait intervenir les professeurs Denis Dubourdiou et Valérie Lavigne.





# les adhérents

Stéphanie LAFFONT  
Assistante Service Adhérents  
depuis 2013



Garant des liens entre les vignerons et la cave, le service adhérents, sous la responsabilité de Rose-Marie Jalabert, assure le suivi du capital social, le calcul des besoins en AOC Effervescents en lien avec le service vignoble et le pôle vin, ainsi que la gestion des apports, la déclaration de récolte et le paiement des adhérents. Depuis 2013, Stéphanie Laffont est venue efficacement renforcer le service, avec dans un premier temps la lourde mission de reprendre l'historique du capital social pour chaque adhérent.



217

adhérents ont établi  
une déclaration de  
récolte



Le service vignoble a fait le choix de s'équiper d'un logiciel de traçabilité phytosanitaire, Agréovigne, visant à faciliter la gestion de l'exploitation.

Ce logiciel permet de :

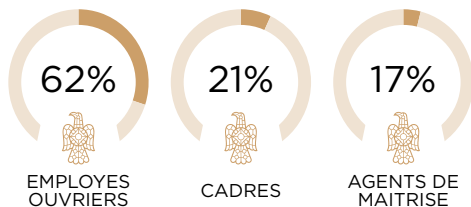
- Enregistrer et suivre l'ensemble des travaux réalisés au vignoble.
- Sélectionner les parcelles et planifier les tâches sur le calendrier cultural.
- Piloter les parcelles via des interfaces cartographiques interactives riches de nombreuses fonctionnalités.
- Saisir toutes les interventions à la vigne depuis mobile ou sur agreo web.
- Etre en phase avec la réglementation.
- Analyser la performance économique en temps réel.
- Exploiter les données, éditer rapports et bilans.
- Gérer les stocks des produits phytosanitaires.



AUTRE AVANTAGE : les adhérents travaillant sur différentes exploitations n'ont qu'un identifiant et qu'une seule saisie à effectuer. Ce logiciel est commun aux deux caves ADJ et SA. La formation des adhérents à l'utilisation du logiciel est en cours. VITIC

# zoom sur les employés

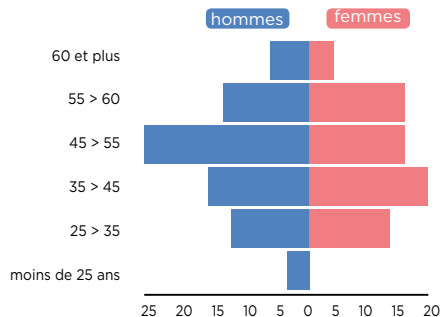
## données sociales\*



55% & 45%

63 hommes

52 femmes



\*Indicateurs RH au 31/12/2015 sur l'effectif en CDI

## politique salariale 2015

Collaboration pérenne avec les nouveaux collaborateurs en privilégiant les embauches sur le long terme.

8 créations de poste permanent.

10 passages en CDI :

6 en service production

2 en service commercial

2 en service administratif

2 départs à la retraite.

## accords d'entreprise

### Renforcement du dialogue social :

Signatures d'accords d'entreprise lors des négociations annuelles obligatoires 2015 avec les partenaires sociaux.

### Finalité de l'accord sur les travailleurs handicapés :

Adopter une politique concertée d'emploi et de formation des travailleurs handicapés adaptée aux besoins spécifiques de l'entreprise.

Sensibiliser l'ensemble des acteurs sur le handicap pour faciliter une intégration réussie et durable d'un collaborateur handicapé.

Favoriser durablement l'insertion professionnelle des personnes handicapées dans l'entreprise.

### Début des négociations sur l'accord « Egalité professionnelle femmes / hommes »

Les parties signataires de l'accord s'engagent en faveur de la promotion de l'égalité professionnelle et réaffirment leur attachement au respect du principe de non-discrimination entre les femmes et les hommes. Elles reconnaissent que la mixité dans les emplois, à tous les niveaux, est source de complémentarité, d'équilibre social et d'efficacité économique.

# pourquoi nous travaillons chez Sieur d'Arques

Qu'elles aient quelques mois ou plusieurs années d'expérience chez Sieur d'Arques, trois employées nous racontent leur parcours.



**Nicole TISSEYRE**  
Responsable Administrative des  
Ventes Sieur d'Arques  
depuis 1996

Rien ne laissait présager, lorsque Nicole est arrivée dans le monde du vin, que vingt ans plus tard elle serait encore là pour témoigner ! Mais les années passent vite sous le soleil de Sieur d'Arques : au travers de plusieurs projets passionnants et enrichissants, au fil des diverses missions tout aussi différentes que captivantes que l'entreprise a bien voulu lui confier, Nicole a pu « apprendre et évoluer, dans une atmosphère sympathique et agréable qui vous accroche à vos fonctions. » Aujourd'hui, elle espère que cela duré dans une dynamique toujours positive, riche des valeurs humaines que l'entreprise a su porter, malgré les aléas.



**Julie FIEULAIN**  
Assistante Paie et  
Administration du Personnel  
depuis 2016

C'est après une Licence Professionnelle en Gestion des Ressources Humaines et une première expérience à la Préfecture de la Somme que Julie, originaire de Picardie, a saisi l'occasion qui se présentait à elle de rejoindre nos équipes et notre belle région ensoleillée. Loin de chez elle, étrangère au monde du vin, elle a tout de même choisi - par défi - de percer le mystère de l'effervescence aux côtés des hommes et des femmes qui la créent et qui lui ont réservé « un très bon accueil ».



**Patricia ROBARDET**  
Agent d'entretien  
depuis 2015

Après un début de carrière dans l'hôtellerie, Patricia la bourguignonne a mis son efficacité au service de Sieur d'Arques, contribuant par son travail au bien être de chacun. « Les gens sont agréables, il règne une bonne ambiance de travail, du respect et des sourires ». Car ce sont avant tout les rapports humains qui motivent la très énergique Patricia dans ses choix professionnels. Et qui lui ont permis de trouver chez nous, en quelques mois à peine, un équilibre qui lui fait envisager sereinement l'avenir.

## formation

### Périodes de professionnalisation

CSP	Année 2014	Année 2015
Ouvriers/ employés	1	9
Agents de maîtrise	1	2
Cadres	5	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>12</b>

### Objectif de la période de professionnalisation

Maintenir dans l'emploi les salariés de l'entreprise en leurs permettant d'acquérir une qualification professionnelle ou d'accéder à des certifications inscrites à l'inventaire établi par la Commission nationale de la certification professionnelle (CNCP), ou encore d'accéder au socle de connaissances

et de compétences défini par décret. La période de professionnalisation comprend des actions d'évaluation, de formation et d'accompagnement. Elle associe des enseignements généraux, professionnels et technologiques.

Au-delà des obligations réglementaires, la santé physique et mentale, la sécurité des salariés ainsi que la maîtrise des risques professionnels, de protection et de

prévention sont des préoccupations clés pour l'année 2015, pour ce faire + de 400 heures de formation ont été allouées à la sécurité du personnel.

# portfolio nos grandes familles de produits

## édito

**S**écialiste des vins effervescents depuis sa création en 1946, Sieur d'Arques cherche en permanence à affiner ses techniques, améliorer sa sélection et sa productivité. La sélection au terroir initiée au début des années 1980, a permis d'identifier les fameux 4 terroirs qui ont contribué à la renommée de Limoux lui permettant de jouer sa partition qualitative déclinée en 3 grandes familles de produits. Rares sont les entreprises pouvant offrir une palette de produits aussi large.

Elle axe sa production autour de 3 grandes familles de produits :

### Les Bulles

Avec 3 appellations effervescentes, auréolées d'une antériorité historique sur les autres vins effervescents de France et du monde, Limoux occupe une place unique.



### Les AOC tranquilles

L'AOC Limoux blanc, Appellation d'Origine contrôlée depuis 1990, est interprétée chez Sieur d'Arques en 100% chardonnay élevé en fût de chêne. Les commentaires sont élogieux, et la longévité des vins est très importante, au delà d'une décennie pour les vins issus des terroirs les plus frais. L'AOC Limoux rouge est quant à elle une création plus récente et date de 2000. Assemblage de cépages atlantiques et méditerranéens, elle illustre la situation particulière du vignoble limouxin.

### Les IGP

IGP Oc ou IGP Haute Vallée de l'Aude, la grande diversité du vignoble Sieur d'Arques permet la culture de cépages variés parfaitement en parfaite adéquation avec leur terroir. Blancs, rouges, rosés, Sieur d'Arques propose une large gamme d'IGP Oc. Le Chardonnay et le Pinot Noir sont quant à eux également déclinés en IGP Haute Vallée de l'Aude.



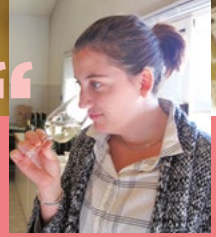
# nos œnologues



Gilles TRÉMÈGES  
Œnologue - Directeur Pôle Vin  
Chez Sieur d'Arques depuis 2005



Viviane GIANESINI  
Œnologue responsable vins  
effervescents  
Chez Sieur d'Arques depuis 2004



Hélène BARRE  
Œnologue responsable vins  
tranquilles  
depuis 2015





# LES BULLES

" PARTOUT DANS LE MONDE OÙ IL Y A UNE FÊTE, IL Y A UNE BULLE "



BLANQUETTE DE LIMOUX



MÉTHODE ANCESTRALE : SEULEMENT 6% D'ALCOOL



CRÉMANT DE LIMOUX ROSÉ



Nous avons fidélisé une clientèle autour de produits phares pour lesquels nous assurons chaque année une régularité en terme de qualité et de style.

Notre entreprise a besoin d'attirer de nouveaux consommateurs. Pour ce faire, nous engageons une démarche pour faire découvrir ou redécouvrir nos produits par le biais de nouveaux modes de consommation comme le «On Ice», ou de nouveaux packagings adaptés à de nouvelles clientèles. Le but étant de poursuivre le travail réalisé tout en créant la surprise.

# LES AOC

" DU VIN, PARCE QUE NOMBREUSES SONT LES BELLES HISTOIRES QUI ONT COMMENCÉ AUTOUR DU PARTAGE D'UNE BONNE BOUTEILLE "



## LES IGP

" LE MEILLEUR VIN N'EST PAS NÉCESSAIREMENT LE PLUS CHER  
MAIS CELUI QU'ON PARTAGE "



Aujourd'hui, les attentes des clients et des consommateurs s'orientent sur des profils plus fruités que boisés. Afin de répondre à cette demande, nous avons, d'une part réduit la proportion de fûts de chêne neufs dans notre parc et d'autre part intégré des grands contenants permettant de moins impacter le vin d'un point de vue gustatif tout en mettant en avant la typicité des chardonnays.

Cette évolution, nous a permis, au niveau des Clochers, d'utiliser un fût neuf et de jouer sur l'âge des trois autres. Pour les terroirs, le panel d'assemblage est beaucoup plus large entre les fûts neufs, ceux de différentes années et les grands contenants.

Les IGP de la Haute Vallée de l'Aude sont des vins issus des contreforts des Pyrénées. En comparaison avec l'AOC, ce label autorise les vigneron à un plus grand choix en matière de cépages ou en techniques de vinification.

Les vignobles en IGP de la Haute Vallée de l'Aude se situent majoritairement sur les coteaux surplombant Limoux, où l'exposition au soleil et au vent est à son maximum. Ils subissent également plus de précipitations de par l'influence atlantique. Ces conditions permettent une bonne maturation des raisins, apportent une belle palette aromatique et une belle acidité à nos vins.

Les vins de la Haute Vallée de l'Aude sont des vins frais, vifs, fruités et plus typés, notamment pour le pinot et le chardonnay, que les autres IGP languedociennes.

Ce sont des vins destinés à une large palette de consommateurs, pour une dégustation en toute circonstance.



# l'aventure AGUILA

## UN PROJET DE LONGUE HALEINE

En 2015 s'est amorcé un long travail de réflexion, de création, et de préparation du lancement d'une nouvelle marque stratégique destinée à la GMS : Aguila.

Après différentes phases de tests consommateurs, le packaging et le profil organoleptique de la cuvée ont été finement ajustés et validés, en prévision d'un démarrage en 2016.

## UN PROJET D'ENTREPRISE QUI RECRÉE DE LA DYNAMIQUE

consolidant les messages positifs de bonne santé financière, cette nouvelle marque, a suscité l'enthousiasme des équipes.

UN PROJET QUI  
A RÉPONDU AUX  
ATTENTES DES  
PROFESSIONNELS.

Jean-Michel RENAUD  
Directeur Commercial GD Sieur d'Arques  
depuis 2007



L'accueil d'Aquila par les acheteurs de la grande distribution s'est avéré très favorable, son positionnement prix, son design moderne et élégant, son profil organoleptique à prédominance de chardonnay, ont fait pour ainsi dire, l'unanimité. Ce sont les bases indispensables et essentielles à la réussite de ce lancement.

Nos interlocuteurs ont donc été dans l'ensemble séduits par notre marque, et ont véritablement apprécié notre démarche. En période de marasme économique, le développement de projets novateurs, bien ciblés, est indispensable à la vie et l'image d'une entreprise.

Cet accueil favorable et très encourageant n'est cependant qu'une première étape. L'implantation d'une marque est un travail de longue haleine, qui prendra plusieurs années pendant lesquelles il ne faudra relâcher ni nos efforts, ni nos investissements à l'instar de nos concurrents toujours bien présents.





# Des moyens à la hauteur de nos ambitions



La création de 5 recettes de cocktails en partenariat avec un mixologiste de renom



# UN PLAN DE COMMUNICATION D'ENVERGURE

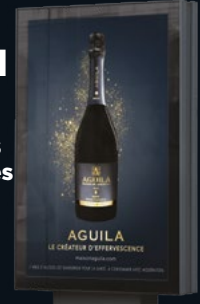
Une campagne presse grand public

Un programme d'animations en magasin et de la PLV dédiée



# CAMPAGNES DIGITALES

AFFICHAGE URBAIN abribus et 4x3 ciblé sur des périodes commerciales clés

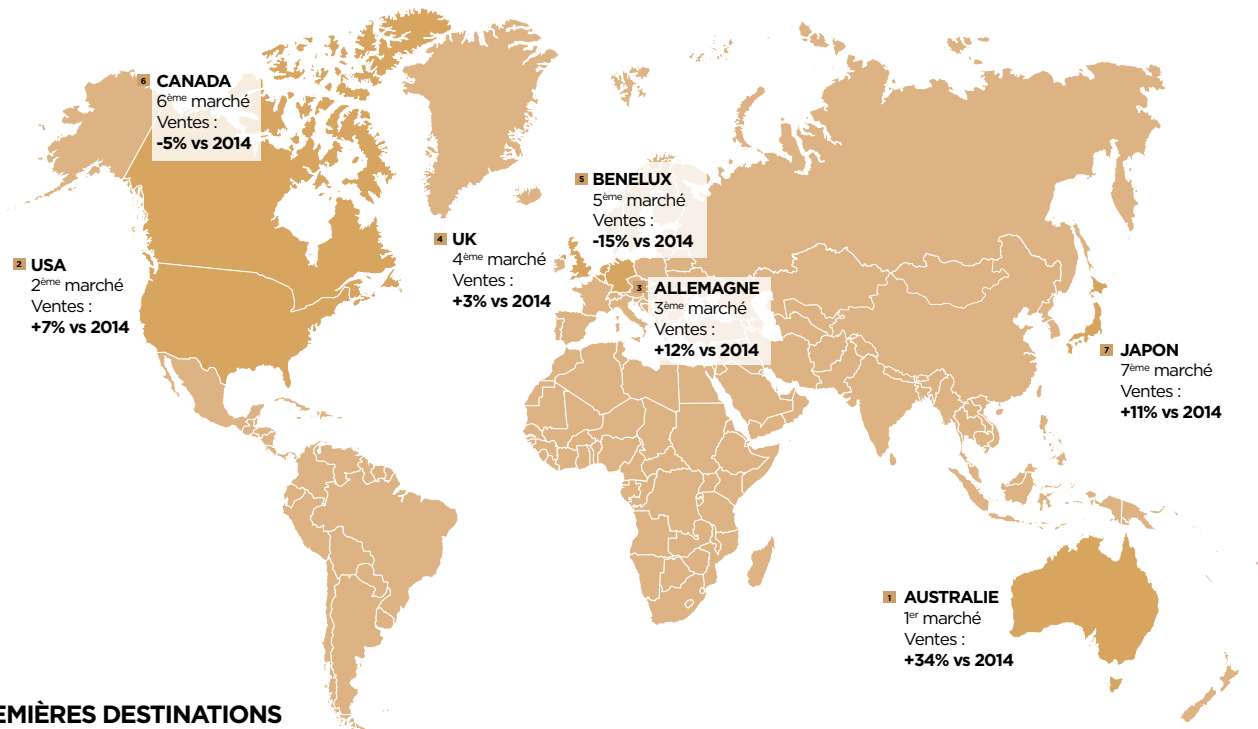


un site web, réseaux sociaux

AGUILA



# Sieur d'Arques dans le monde



**NOS 7 PREMIÈRES DESTINATIONS  
A L'EXPORT EN 2015  
(représentant 90 % de nos ventes)**



## les performances de nos 4 premières marques de vins effervescents (représentant 80 % de nos ventes)

En bouteilles (en chiffres arrondis)



	GRANDE CUVÉE 1531	ST HILAIRE	PREMIÈRE BULLE	TOQUES & CLOCHERS	TOTAL
volume 2014	780 000	735 000	305 000	130 000	1 950 000
volume 2015	910 000	840 000	285 000	140 000	2 175 000
évolution en %	+17%	+14%	-6%	+6%	+11%



**Emile GELI**  
Directeur Commercial Export  
depuis 2015

## le plan d'action déployé en 2015

### EUROPE DE L'OUEST

Allemagne et Angleterre en croissance grâce à un réseau de partenaires fiables et motivés. Belgique et Pays Bas des pays où de la reconquête commerciale est une priorité. Scandinavie : mise en place de nouveaux agents dans chacun des pays de la zone.

### EUROPE DE L'EST

La Russie est un marché en crise, nous défendons nos positions grâce au très bon travail de notre partenaire sur place. Implantations nouvelles en Pologne, Ukraine, Bulgarie et Roumanie.

### AMÉRIQUES

Bon développement sur les USA et prospection intensive pour conquérir de nouveaux Etats. Consolidation au Québec et préparation à l'ouverture de nouvelles provinces en 2016. Stratégie défensive au Brésil dans un pays en pleine crise économique et politique.

### ASIE

Relance de notre activité au Japon et en Chine. Réorganisation du réseau en Corée du Sud. Nouvelle dynamique sur Taïwan, Singapour, Thaïlande et Philippines.

### PACIFIQUE

Consolidation de notre partenariat en Australie. Démarrage en Nouvelle Zélande.

### ZONES DE PROSPECTION

Afrique.  
Dom-Tom.  
Marchés du duty free.

# les investissements

## Remuage dégorgement

Remplacement de l'automate TSX sur le chantier de transfert gyropalettes.



## Sécurité

Ajout de toits sur l'ensemble de nos charriots élévateurs, afin de protéger les conducteurs des chutes d'objets.

## Vinification

Remplacement de la station de stabilisation tartrique des vins effervescents de la cuverie des Rosiers, matériel vieux de 40 ans, par un matériel moins énergivore et plus respectueux de l'environnement (en effet, le précédent contenait un gaz à effet de serre désormais interdit R22)



## Vendanges

Automatisation de la saisie du poids sur les tickets de vendanges.

Evite les erreurs de saisie manuelle en étant directement relié à la balance.



## Bâtiment

Busage visant à sécuriser les cheminées des galeries de fûts menacées d'éboulement.

## Protection incendie

Remplacement des trappes d'extraction de fumée en cas d'incendie sur le site de la route de Carcassonne.

## Lignes d'embouteillage



Adaptation de la fin de ligne d'embouteillage des vins tranquilles : filmeuse, convoyeur de retournement de carton, imprimante carton, générant une réduction de coûts (film, moins cher que des housses, pas d'étiquettes carton) et produisant moins de déchets.

# revue de presse & distinctions

Avec des distinctions dans les plus grands guides et concours français et internationaux, Sieur d'Arques a tenu en 2015 la dragée haute aux élaborateurs et producteurs de tous bords.

De l'or du Concours Général Agricole à celui des Vinales Internationales, en passant par le Concours National des Crémants, des notes de l'américain Parker à celles du Guide Hachette, en passant par Bettane et Desseauve, l'excellence qualitative de nos cuvées effervescentes et tranquilles, leur régularité et leur capacité de vieillissement sont louées par les dégustateurs.





# la qualité & l'environnement

## Aspects Qualité :

Notre système de management de la qualité constitue la colonne vertébrale de notre organisation basée sur l'amélioration continue et la satisfaction du client. Il est certifié maintenant depuis plus de 10 années, et bénéficie par la même occasion d'une longue expérience et d'un savoir-faire reconnu.

Chaque responsable de service est aujourd'hui investi d'une mission de pilotage et d'amélioration des performances de ces activités. Nous disposons donc chacun d'indicateurs de performance que la Direction Générale peut viser et évaluer afin d'en définir les objectifs, et les leviers d'action en cas de blocage.

Tout ceci ne serait pas possible sans un système d'information efficace inter et intra service, qui favorise les échanges et leur formalisation au quotidien. Le maillage constitué par les différentes réunions qui animent tous les services de l'entreprise permet de rationaliser et d'optimiser les temps pour la réflexion et les temps pour l'action, avec comme chefs d'orchestre une Direction Générale et une Présidence disponibles, accessibles, et forces de proposition.

## Aspects Sécurité :

Nous disposons aujourd'hui d'un **CHSCT dynamique et proactif**, qui permet au quotidien d'améliorer de manière significative les conditions de travail de l'ensemble des employés. La sécurité est revenue au cœur de nos préoccupations au quotidien, et ses exigences s'appliquent aujourd'hui au personnel Sieur d'Arques mais

également à l'ensemble des visiteurs (clients, fournisseurs, prestataires, ...). Nous avons également initié une stratégie de sécurisation des sites de production au travers du contrôle des accès du personnel, afin de répondre aux exigences de food defence chères à nos clients de la grande distribution et de l'Export.

## Aspects Hygiène :

Notre niveau d'hygiène aujourd'hui nous permet de répondre aux référentiels de sécurité alimentaires les plus stricts et les plus exigeants du marché (**IFS, BRC, ISO 22000**).

Grâce à nos bonnes pratiques de fabrications, à la formation de nos opérateurs, et à la qualité de nos équipements, nous mettons sur le marché des bouteilles de vins tranquilles et de vins effervescents qui satisfont également les clients du monde entier ainsi que leurs réglementations spécifiques et drastiques (Japon, Russie, USA,...).



TOUS LES ACCÈS EXTERIEURS DE LA CAVE ONT ÉTÉ ÉQUIPÉS DE SERRURES MAGNÉTIQUES POUR LE PERSONNEL ET D'INTERPHONES POUR LES VISITEURS.



## Aspects RSE :

**Nous avons relancé et redynamisé notre démarche Vignerons en Développement Durable en créant une Commission VDD Cave et une Commission VDD Vignoble, en réintégrant également les groupes de travail de l'association (groupe marketing, groupe technique vignoble, groupe QHSE).**

## Aspects Environnement :

Nous avons étudié et construit un projet de réfection de notre station d'épuration biologique ECLIPSE, qui nous permettra en 2017 d'en faire un site vitrine de notre parfaite intégration dans notre territoire limouxin, et ce dans la maîtrise de notre empreinte écologique sur ce dernier.

Notre diagnostic énergétique réalisé l'an dernier, nous a permis de planifier et de prioriser les investissements qui nous permettrons dès cette année de réaliser des économies substantielles d'énergies (groupe de froid, compresseurs d'air,...).



# Sieur d'Arques est une fête

" TOQUES ET CLOCHERS, LE WEEK END LE PLUS ANIMÉ DE L'ANNÉE DANS LE DÉPARTEMENT "

## TOQUES ET CLOCHERS

Les 28 et 29 mars 2015 s'est déroulé l'événement annuel de Sieur d'Arques que les professionnels du vin et les festejaires attendent de pied ferme : Toques et Clochers.

Cet événement est non seulement une grande campagne d'image, « un gros coup de com pour Sieur d'Arques », comme le disent les medias, mais aussi un événement incontournable pour le monde économique régional où tous les acteurs sociaux, économiques et politiques se retrouvent autour des meilleurs vins de Sieur d'Arques, « Meilleurs Chardonnays et Bulles de la région », selon les sommeliers du Languedoc Roussillon et de Midi-Pyrénées qui sélectionnent les fûts pour la vente aux enchères.



Les Clochers vendus aux enchères à nos clients français et étrangers ont permis de rénover le clocher de l'Institut Saint-Joseph : éclairage de la chapelle et des vitraux, chauffage de la chapelle, mise aux normes générales, peinture et traitement des pierres, rénovation des vitraux et de la toiture, ... C'est le quartier de Saint-Antoine à Limoux qui a accueilli les 50 000 personnes à la journée du samedi, pour la dégustation en famille de notre chardonnay et de notre bulle.



La journée du dimanche s'est opérée sous le parrainage de trois grands hommes : Des dizaines d'étoiles illuminent le ciel de Toques et Clochers depuis sa première édition en 1989. Pour cette 26<sup>ème</sup> édition, le Chef Arnaud Lallement, à la tête de l'Etablissement l'Assiette Champenoise à Tinqueux, près de Reims a conquis nos convives autant par son talent que par sa générosité. Le restaurant avait obtenu sa troisième étoile en 2014.



Paolo Basso, Meilleur Sommelier du Monde en 2013, deuxième parrain de cette 26<sup>ème</sup> édition, a représenté la sommellerie internationale. Pour le dîner de gala, il a su associer avec brio les vins de Sieur d'Arques à la cuisine du Chef.



L'artiste Léo de Faucher a habillé la Bulle : inspiré par la peinture hollandaise et avec une précision de métronome, ce peintre sculpteur a présenté à la vente aux enchères les 4 mathusalems sur lesquels il a peint une multitude d'histoires colorées.



## Analyse de fréquentation Toques et Clochers

plus d'infos et de détails de l'étude en flashant le QR Code



TOQUES ET CLOCHERS  
LIMOUX 2015  
ANALYSE DE FRÉQUENTATION



AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LIMOUX

### À RETENIR :

La fréquentation maximum se situe le samedi entre 16h et 18h pour atteindre près de **20 000 participants**. Présents tout au long de la journée, les excursionnistes français quittent la manifestation à partir de 18h. Durant le créneau 10h - 0h, la population additionnelle reste en moyenne 5h30 le samedi et 5h le dimanche dans le centre ville de Limoux.

**8 200 visiteurs** supplémentaires le samedi (+ 32%)  
**4 000 visiteurs** supplémentaires le dimanche (+ 17%)

Une population additionnelle qui augmente de 60% le samedi et de 35% le dimanche.  
Une manifestation fréquentée à 50% par la population locale.  
Une manifestation qui génère près de **8 000 nuitées touristiques sur le week-end.**

**La fréquentation britannique** augmente de **40%** le samedi 28 mars

# Sieur d'Arques est une fête

" TÈRE BULLE, LA BULLE TENDANCE "

## Les événements régionaux aux couleurs de la Première Bulle

A l'intérieur des terres ou sur le littoral, Sieur d'Arques a été présent à de nombreux événements de vente et de communication à travers la gamme Première Bulle :

**LA FÉRIA DE LA PREMIÈRE BULLE À LIMOUX**, a permis à la Cave d'arroser la ville des produits Sieur d'Arques (bodegas, cafés, restaurants) durant tout un week end en enregistrant un bilan financier très positif.

**LA FÉRIA DE CARCASSONNE** a enregistré un nombre record de bodegas dans lesquelles la Première Bulle était distribuée sans compter l'Espace des Arènes où cette gamme était servie en exclusivité. Sieur d'Arques était la seule bodega vendant au grand public de la Bulle pendant le week-end de la **fête du cassoulet**.

Exclusivité également de la gamme Première Bulle à la **Nuit de la Fricassée**, à l'**Art s'invite à Magrie** et au **Festival de Pétanque**.

Tous ces événements sont à la fois des événements d'image mais aussi commerciaux puisque **les bilans financiers de ces opérations présentent un bénéfice**. C'est grâce à l'investissement des adhérents de la cave que ces événements peuvent avoir lieu, grâce à leur présence sur site.

On pouvait également retrouver notre gamme Première Bulle à **LA NUIT DES BARQUES** à Narbonne (anciennement Festival Trenet), aux **BULLES SONORES** et au **DÉFI WIND**.







Les équipes sportives qui jouent aux couleurs de la Première Bulle sont les **DRAGONS CATALANS, L'USC XV, LIMOUX XIII, L'ASC XIII.**



### **BAN DES VENDANGES DE FLANDRY**

Le 22 août dernier a eu lieu le 2<sup>ème</sup> Ban des vendanges organisé par l'association des compagnons-vignerons de Flandry et soutenu par Sieur d'Arques. Près de 200 compagnons vignerons ont répondu présents pour le petit déjeuner et le déjeuner élaborés par le staff compagnons vignerons et pour vendanger leurs ceps sous la responsabilité de Daniel Paillès, régisseur de Flandry.

Lors de l'assemblée générale, il a été annoncé que la réfection du toit était en phase d'achèvement.





SIEUR D'ARQUES  
— Limoux - France —

SIEUR D'ARQUES - Avenue du Languedoc - BP 30 - 11303 Limoux Cedex

Tél. : 04 68 74 73 73 ou 04 68 74 63 43 - Fax : 04 68 74 63 13

[www.sieurdarques.com](http://www.sieurdarques.com)

Retrouvez-nous sur le web :

Le blog : [www.blog-sieurdarques.fr](http://www.blog-sieurdarques.fr)

Facebook : [www.facebook.com/sieur.darques](http://www.facebook.com/sieur.darques)

Twitter : @SieurdArques