

Faire preuve d'ingéniosité pour surmonter les périodes difficiles

November 2022

Dans les périodes difficiles comme celle que nous traversons actuellement, il est tentant d'éteindre nos postes de télévision pour échapper aux actualités, et de se tourner vers notre forme de réconfort favorite, comme un bon verre de vin rouge. Mais si l'accès à un produit viticole de qualité reste encore (relativement) aisé, cela pourrait changer.

Selon les dernières informations en date, la production de vin est en passe de diminuer de 30 % dans certaines régions de France. Et avec les pénuries de main-d'œuvre poussant les vignerons à effectuer des vendanges précoces, ceux-ci se sont naturellement lancés à la recherche d'alternatives.

En réponse aux phénomènes météorologiques extrêmes de plus en plus fréquents, des fortes gelées aux records de températures estivales, les viticulteurs tentent de trouver des solutions dans la nature elle-même afin de sauver des vignes souvent héritées de leurs parents et grands-parents, qui n'ont jamais eu à faire face à une telle situation.

Les vignerons cherchent donc à regrouper leurs connaissances pour agir aussi vite que possible. Cependant, il est difficile de savoir pour le moment si les mesures pratiques adoptées (par exemple laisser pousser l'herbe entre les rangs de vigne pour préserver l'humidité ambiante, ou positionner les sarments de manière à créer de l'ombre) permettront de résister à un changement climatique rapide.

Cette situation menace-t-elle l'existence-même de l'industrie viticole, si importante pour l'économie française ? C'est tout à fait possible. Et l'impact produit serait majeur, étant donné que le vin, classé parmi les cinq produits les plus exportés de France, représente une part conséquente des revenus agricoles et du PIB de nombreux pays.

Produit emblématique de l'Hexagone, celui-ci fait aussi venir chaque année des millions de touristes. Il est donc essentiel de frapper fort dès maintenant pour protéger ce produit naturel à l'importance historique. Bien plus qu'une simple denrée alimentaire, le vin est au cœur des échanges et festivités et donc de la culture de nombreux pays.

De plus, les vignerons ne sont pas seuls : le même scénario se reproduit sur l'ensemble du monde agricole, sur l'industrie et sur toutes les entreprises menacées par le changement climatique.

En raison de l'urgence climatique et de la hausse inquiétante du coût de la vie pour les ménages et les entreprises dans de nombreux pays, qui pourrait entraîner une récession, il vaut mieux prévenir que guérir pour les entreprises de toutes tailles, et anticiper en fonction de ces phénomènes et de leurs impacts potentiels à l'échelle locale comme internationale.

En comprenant mieux le contexte général et en examinant minutieusement vos activités commerciales, vous améliorerez la résilience de votre entreprise.

Comment savoir si votre entreprise est suffisamment solide ? Quel aspect de vos opérations est le plus à risque ? Comment pourriez-vous améliorer vos chances de réussite face à ces défis ?

En répondant à ces questions, vous serez éventuellement en mesure de formuler un plan d'action et à focaliser vos efforts. Elles vous aideront à éviter les mauvaises surprises et à prévenir les situations de crise.

Comme le montrent nos vignerons, trois principes directeurs aident les entreprises à se préparer à toutes les éventualités :

1. Audace

Affronter les choses de front. Ne pas tenter d'éviter les conversations difficiles ou les problèmes. Chercher des solutions aux problèmes. Être ouvert aux idées innovantes.

Se comporter avec honnêteté et transparence. Si quelque chose ne marche pas, ou pourrait mieux marcher, en discuter. Savoir anticiper l'avenir et faire preuve de courage.

2. Résilience

Ne pas avoir peur de modifier temporairement les habitudes ou la structure de la société, si cela permet de mieux aborder un chemin parfois cahoteux. Rester souple et dynamique.

Partager les mises à jour et la façon dont vous répondez aux changements de circonstances en laissant libre cours aux débats et conversations au sein de votre équipe, des groupes de parties prenantes ou avec vos clients.

3. Amélioration

Envisager les défis réels comme un moteur de changement et d'amélioration et penser de manière créative en collaboration avec d'autres pour dégager des idées utiles.

Quels que soient les défis, rester concentré sur ses objectifs et les utiliser pour guider la prise de décision.

Une myriade de questions nous arrive désormais toutes les heures, tous les jours, par le biais des fils d'informations. Cela nous donne parfois un sentiment d'impuissance et nous donne envie de nous déconnecter entièrement de la technologie.

Mais si nous voulons relever ces défis, nous devons le faire de front et ensemble.

Dans un article récent du journal Le Monde, les vignerons résumaient ainsi la situation : « La profession se mobilise. Les agriculteurs sont trop souvent montrés du doigt et déconsidérés. La recherche des solutions pour sauvegarder la vigne, comme les autres cultures, concerne toute la population du pays, c'est l'intérêt commun », « Nous sommes confrontés à un défi, nous devons rapidement évoluer dans nos pratiques, sans nous tromper, sans compromettre notre qualité ».

Cet état des lieux donne de l'espoir : pour ces professionnels, en faisant preuve d'ingéniosité et en anticipant l'avenir sans perdre de temps, nous pouvons assurer notre stabilité et résilience durant les périodes difficiles.

D'après Claire Bortolussi du Château de Viella, « Nous faisons face à une période difficile mais il nous faut rester clairvoyants et continuer de nous laisser guider par la nécessité de préserver notre patrimoine et la qualité de notre vin pour nos consommateurs. Si un point positif se dégage de la période ardue que nous traversons, c'est la chance offerte aux jeunes vignerons de façonner l'avenir de l'industrie et de relever le défi du changement ! »

This opinion piece was originally published on [2MPy's LinkedIn company page](#), authored by founding partner, Clare B Marshall. For more information, contact:

Clare B Marshall, co-Partner

clare@2mpy.com

+44 (0)7919 328 192 | +33 (0)6 68 43 04 40

Amanda Fletcher, Communications

amanda@2mpy.com

+44 (0)7488 333825



Clare B Marshall