

Wine Paris 2026 : les Vignerons Engagés lancent la première gamme collective "ENGAGÉS"

UN NOUVEAU REPÈRE DU JUSTE PRIX POUR LA TERRE & LES HOMMES



EN BREF

Crise de consommation, plans d'arrachage, aléas climatiques, hausse des coûts de production : **rarement la filière vin aura affronté autant de chocs simultanés.**

Caves et domaines se retrouvent pris en étau entre survie économique, transition agroécologique et attentes sociétales toujours plus fortes.

Pourtant, les signaux envoyés par les consommateurs ne sont pas ceux d'un désintérêt total pour le vin – encore moins pour le vin durable. Dès 2025, le sondage OpinionWay pour Vignerons Engagés montrait que, **63 % des consommateurs se disent prêts à payer 10 % de plus pour un vin engagé, et ce taux atteint 71 % chez les 18-34 ans**, à condition que la qualité soit au rendez-vous.

Dans le même temps, ce sont justement les vins à très bas prix qui décrochent le plus en grande distribution. En creux, le problème n'est donc pas tant le niveau de prix que la lisibilité de ce qu'il rémunère : **à quoi sert réellement chaque euro sur l'étiquette, et comment ce prix permet-il – ou non – de financer des pratiques durables ?**

C'est dans ce contexte que les Vignerons Engagés lancent **ENGAGÉS**, la première **gamme collective de cuvées** portée par des caves et domaines volontaires, présentée officiellement lors d'un temps fort de signature à Wine Paris 2026, le grand salon professionnel du vin en février.

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION QUI NE RENONCE PAS AU VIN, MAIS QUI VEUT DU SENS



L'étude OpinionWay réalisée en 2025 pour Vignerons Engagés montre que les jeunes n'ont pas tourné le dos au vin : ils le consomment moins souvent, mais avec plus d'exigence. 56 % des consommateurs déclarent que le fait qu'un vin réponde aux enjeux du développement durable est un critère important dans leur choix, et cette proportion grimpe à près de 7 jeunes sur 10 chez les 25–34 ans.

Lorsqu'on leur demande s'ils seraient prêts à payer davantage pour un vin engagé, la réponse est tout aussi nette : 63 % des Français se disent prêts à payer 10 % de plus pour un vin durable, et ils sont 71 % parmi les 18–34 ans.

Du côté des valeurs associées au vin durable, les Français citent en priorité : la juste rémunération des producteurs (41 %), la protection de la biodiversité (41 %), le soutien au tissu économique local (36 %) et le bien-être des travailleurs de la vigne (35 %), à condition de comprendre clairement ce que finance le prix.

Dans le même temps, les données de la grande distribution montrent que ce sont les vins à très bas prix qui reculent le plus : les cuvées en dessous de 3 € ont perdu environ 20 % de leurs volumes en GMS, quand l'ensemble des vins tranquilles recule d'environ 4 %. En creux, le sujet n'est donc pas seulement le niveau de prix, mais la valeur perçue et expliquée derrière l'étiquette.

DE L'ÉTUDE AU TERRAIN : LES VIGNERONS ENGAGÉS, LABORATOIRE DE SOLUTIONS



Face à ces attentes, Vignerons Engagés ont choisi de ne plus être seulement observateurs de la crise, mais porteurs de solutions. Dès 2025, en commandant cette étude à OpinionWay, le collectif a voulu partir des attentes réelles des consommateurs pour ajuster sa stratégie. ENGAGÉS est la traduction concrète de ce travail : une réponse opérationnelle qui relie étude, engagements RSE et bouteille en rayon, avec un objectif simple : **rendre visible et mesurable ce que finance le prix**, et proposer un avenir durable au vin français.

Derrière le mot "engagement", il y a des choix techniques, organisationnels et humains très concrets, qui ont tous un coût réel pour les entreprises viticoles. Parmi les actions mises en place par les caves et domaines labellisés :

• Environnement & agroécologie :

- travail sur les sols vivants, réduction des intrants, développement de la biodiversité (haies, enherbement, infrastructures écologiques),
- gestion raisonnée de l'eau et de l'énergie, baisse de l'empreinte carbone,
- expérimentation de cépages et de pratiques plus résilientes face au changement climatique.

• Social & conditions de travail

- organisation des vendanges et des travaux de vigne pour limiter la pénibilité (horaires adaptés, équipements de protection, prévention des risques),
- montée en compétences et formation des équipes, attention portée aux saisonniers,
- promotion de la parité et de la cohésion sociale au sein des structures.

• Économie & territoire

- maintien et création d'emplois dans les territoires viticoles,
- recours à des fournisseurs et prestataires locaux,
- soutien au patrimoine et au tissu associatif local, développement de projets œnotouristiques.

Ces engagements RSE ne sont pas "gratuits" : ils nécessitent des investissements structurants, que le prix de la bouteille doit permettre de soutenir dans la durée.

ENGAGÉS : UNE GAMME COLLECTIVE POUR REDONNER DU SENS AU PRIX

Avec **ENGAGÉS**, les Vignerons Engagés veulent **redonner du sens au prix du vin** et proposer un repère clair au consommateur.

La gamme repose sur trois principes simples :

- 1) un message commun, porté sur toutes les étiquettes :
“ENGAGÉS – Un prix juste pour la Terre et les Hommes”
- 2) une mise en avant des engagements RSE structurés par le label Vignerons Engagés (environnement, social, économie, territoire)
- 3) une volonté assumée de mieux rémunérer le travail des vigneronnes, des vignerons et des équipes, en cohérence avec ce que les Français expriment depuis l'étude OpinionWay.

”

« Avec **ENGAGÉS**, nous ne créons pas un concept de plus : nous donnons une forme visible à ce que nous défendons depuis des années. Nous voulons que, pour le consommateur, une bouteille **ENGAGÉS** signifie clairement : ici, le travail des hommes et des femmes et les engagements RSE ont été pris en compte dans le prix », explique **Remi Marlin, Président de Vignerons Engagés**

« **ENGAGÉS** a été conçu comme un outil simple, fédérateur et activable rapidement par les caves et domaines : une bannière commune, des preuves chiffrées et des histoires concrètes à raconter sur chaque territoire », commente **Iris BORRUT, Directrice Vignerons Engagés**



UNE GAMME COLLECTIVE... & DES PREUVES, CHIFFRÉES EN CONTRE-ÉTIQUETTE

ENGAGÉS n'est pas une cuvée unique, mais une gamme de cuvées issues de différents territoires :

- chaque cave et/ou domaine adhèrent volontaire choisit un vin de son appellation à intégrer dans la gamme ;
- toutes les bouteilles adoptent une **étiquette commune "ENGAGÉS"** (même identité visuelle, même promesse) et un **packaging éco-conçu** : bouteille allégée, absence de capsule comme il en existe la possibilité désormais, étiquette en papier recyclé ou biosourcé.
- ne changent que :
 - o le nom de l'appellation,
 - o le logo de la cave ou du domaine.

Pour passer du discours à la **preuve**, chaque entreprise s'engage à afficher, sur la contre-étiquette, un **indicateur chiffré simple** qui traduit une partie de sa démarche :

pour les caves coopératives :

"% du chiffre d'affaires de la cave reversé aux vigneron-ne-s"

(calculé selon la méthode : (rémunération des apports + primes) / chiffre d'affaires total de la cave) ;

pour les domaines :

"% de nos fournisseurs implantés à moins de 200 km du domaine",

en tenant compte de l'ensemble des fournisseurs et prestataires.

Cet indicateur, adapté au modèle de chaque entreprise, a un objectif commun : donner un repère chiffré et crédible à ce que finance le prix de la bouteille, sans chercher à fixer un "coût de production" unique, impossible à définir d'un terroir à l'autre.



UNE SIGNATURE OFFICIELLE À WINE PARIS 2026

La gamme sera présentée pour la première fois au public professionnel lors de Wine Paris 2026. Un temps fort de signature sera organisé sur le salon, en présence :

- de représentants de Vignerons Engagés,
- de caves et domaines participants,
- et de partenaires de la distribution s'engageant autour de cette démarche.

Ce moment de signature aura pour vocation de :

- marquer le lancement officiel de la première gamme collective ENGAGÉS,
- illustrer, par l'image, l'union de producteurs de différentes régions derrière un même message :

"ENGAGÉS : un repère du juste prix pour la Terre et les Hommes."

À PROPOS DE VIGNERONS ENGAGÉS

Créé à la fin des années 2000, Vignerons Engagés est le premier label de développement durable et RSE dédié au monde du vin en France. Le collectif regroupe aujourd'hui près de 6 000 vignerons et salariés répartis sur plusieurs grandes régions viticoles et une large diversité d'AOP.

Le label s'appuie sur un cahier des charges complet, fondé sur la norme internationale ISO 26000 et évalué tous les 18 mois par AFNOR Certification, garantissant une amélioration continue.

La démarche repose sur 4 piliers fondamentaux :

- 1) Agir pour l'environnement
- 2) Garantir une qualité de la vigne au verre
- 3) Soutenir le territoire et le patrimoine local
- 4) Offrir le juste prix pour le consommateur et le producteur

Au-delà des labels environnementaux classiques, Vignerons Engagés porte une vision globale qui concilie écologie, justice sociale et performance économique, en faisant du vin un véritable levier de développement durable pour les territoires.



Contacts presse

Louise Massaux – LM Conseils – louise.massaux@gmail.com – 06 45 79 24 91
Iris Borrut – Vignerons Engagés – iris.borrut@vignerons-engages.com – 07 81 43 43 90