

Lemag



Rencontres
Vignerons Engagés

é di to

Rémi MARLIN
Président, Vignerons Engagés



Cette 13^{ème} édition des **Rencontres du Vin de Demain** se déroule cette année chez nos amis vignerons de **Piémont Causses et Cévennes** dans le Gard en Occitanie.
Notre ambition pour cette nouvelle édition est triple :

- ① **Fédérer** l'ensemble de nos parties prenantes de la filière vitivinicole autour du développement durable,
- ② Créer un moment à part dans notre agenda pour **développer les liens** entre les acteurs de nos 4 collèges, prendre du recul, écouter des témoignages inspirants, **partager** des idées et des expériences,
- ③ **Faire émerger** des solutions concrètes pour **l'avenir de notre filière**

En effet sans les détailler ici, rarement notre filière vin aura affronté autant de chocs simultanés. Nos caves et domaines mais aussi par voie de conséquence, les membres des collèges Négociants, Distributeurs, et Partenaires sont pris en étau entre survie économique, transition agroécologie 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. En 2025, le sondage **OpinionWay pour Vignerons Engagés** montrait que 63% des consommateurs se disent prêt 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 portées par des domaines et caves volontaires, présenté officiellement lors de **Wine Paris 2026**.

Je tiens enfin à **remercier les commissions** et le **conseil d'administration** pour leur implication, ainsi que **l'équipe salariée de l'association Iris, Amélie et Zoé** pour leur énergie et leur créativité qui permettent de faire vivre et rayonner notre collectif au quotidien.

Ensemble, continuons à bâtir l'avenir du vin durable pour relever les défis du Vin de Demain et assurer la **pérennité de nos vignobles**,

Belles rencontres !



p. **07** LE LABEL
en 4 points clés

p. **14** NOUVEAUX
ADHÉRENTS
2025



p. **08** L'ASSOCIATION
& SES 4 collègues !

p. **04** VIGNERONS
ENGAGÉS

Somm maire



p. **22** PROGRESSER :
benchmark

p. **10** NOS
ACTUALITÉS

p. **25** NOS SERVICES
POUR METTRE
EN PLACE
la démarche RSE



p. **12** LA GAMME
ENGAGÉS



p. **18** DE L'ENGAGEMENT
À L'ÉVALUATION :
cheminement
d'une entreprise
Vignerons
Engagés



Scannez-les
tout au long de votre
lecture pour découvrir plus d'informations.



VIGNERONS ENGAGÉS



UN LABEL, UNE ASSOCIATION

L'HISTOIRE NE FAIT QUE COMMENCER !

2007

Premiers bourgeons.

Une dizaine de caves coopératives se réunissent autour de leurs démarches qualité et environnementales. Leurs réflexions donneront naissance à l'association et au label.

2012

Premières Rencontres.

L'association crée un RDV atypique, qui a pour vocation de fédérer les professionnels du vin autour des enjeux RSE.

2018

Refonte du cahier des charges.

La mise à jour du cahier des charges selon la norme ISO26000 et en partenariat avec AFNOR vient renforcer la robustesse du label, désormais reconnu à l'export.

2024

Cap sur l'organisation professionnelle.

Pour accompagner sa croissance et son ouverture, l'association clarifie et revendique son positionnement d'organisation professionnelle avec ses 4 collègues représentatifs de toute la filière.

2020

Nouvelle Identité Graphique.

Le label évolue pour gagner en impact et en notoriété, un nouveau cap est franchi.

2025

Une année pleine de promesses.

Nos premiers stands aux salons Wine Paris et Prowein. La construction participative d'une liste d'indicateurs environnementaux au vignoble. Les Rencontres qui prennent une nouvelle dimension en devenant les « Rencontres du vin de demain » ouvertes à toute la filière.



2026

Une nouvelle gamme «Engagés» est lancée et les nouveaux indicateurs environnementaux entrent en phase de test.

ENGA, GÉS



STRATÉGIE HORIZON 2027

Vignerons Engagés grandit !

Que ce soit en termes de **nombre d'adhérents** (79 vs 25 en 2018) ou de **notoriété** (deuxième label du vin plus connu des français), les voyants sont au vert pour notre collectif et notre label.

Pour **accompagner** et **renforcer** la croissance du collectif, le Conseil d'Administration (CA) et l'équipe ont mené une réflexion stratégique Horizon 2027 qui a débouché sur :

- Un changement de statut : Vignerons Engagés s'affirme aujourd'hui comme **l'organisation professionnelle** de la **RSE** pour la filière vin française.
- Une raison d'être réaffirmée : construire et valoriser ensemble une filière vin française **plus durable** et **responsable**.
- Une Feuille de route « Horizon 2027 » composée de **4 axes prioritaires**, chacun déclinés en sous-enjeux et plans d'action sur les années à venir :

- ① Organiser la gouvernance partagée et le modèle de financement du collectif.
- ② Développer l'engagement RSE des adhérents.
- ③ Informer et communiquer sur la marque et les engagements.
- ④ Construire et développer le pôle Lobbying et Plaidoyer.



les SALARIÉES DE L'ASSOCIATION

Amélie PETIT
Responsable du développement
Relations partenaires et prospects, Formations, Technique



Iris BORRUT
Directrice
Administratif, Communication, Rencontres



Zoé CROUSEILLES
Chargée de communication externe et événementiel
En alternance



COMMENT FONCTIONNE L'ASSOCIATION ? COMMENT S'IMPLIQUER ?

le CA

L'association est dirigée par un Conseil d'Administration de 22 membres représentant le Collège Producteurs (18 sièges), le Collège Partenaires (1 siège), le Collège Distributeurs (1 siège) et le Collège Négociants (1 siège).

le BUREAU

Président Rémi Marlin (Vignerons de Buxy), Vice-Présidente Emeline Favre (Vignerons des Terres Secrètes), Vice-Président Jean-Noël Ponteri (Vignerons d'Aghione), Secrétaire Patrick Colmaire (Arnaud de Villeneuve), Trésorier André Serret (Dom Brial).



les RÉFÉRÉNT(E)S

Ils et elles animent la démarche RSE dans leurs caves, et sont les interlocuteurs privilégiés entre l'association et les entreprises labellisées ou en conversion.

les COMMISSIONS

Ayant lieu tous les 3 mois, les commissions sont l'occasion pour ses membres d'échanger leurs connaissances et expériences, et de faire progresser le label. La Commission Technique regroupe responsables vignoble, responsables qualité, responsables RSE, des viticulteurs et viticultrices. La Commission Communication regroupe responsables communication, marketing, commerce, export...

1 Rémi MARLIN, 2 Romain RIGON, 3 Emeline FAVRE, 4 Catherine CHAMPSAUR, 5 André SERRET, 6 Laurent ROUSSEAU, 7 Pascal DUCONGET, 8 Cecile VIENNE, 9 Ludovic BEAU, 10 Manuel HENON, 11 Patrick HOURDEAU, 12 Julien COURDESSE, 13 Eric HENRY, 14 Patrick COLMAIRE, 15 Caroline Vaissette, 16 Élodie BATAIS, 17 Jean Noël PONTERI, 18 Stéphane GARRIGUE, 19 Stéphanie AGIER, 20 Thomas SCHLUMBERGER, 21 Thomas SOLANS, 22 Jérôme MARCHANDIER

LE LABEL EN 4 POINTS CLÉS

Découvrez notre video ADN



Si vous ne deviez retenir que 4 choses de Vignerons Engagés... ce serait celles-là :

1

Vignerons Engagés est le seul label qui prend en compte les 3 piliers du développement durable : **Environnemental, Social et Économique.**

2

Un engagement qui va de la **vigne** jusqu'au **verre** en prenant en compte tous les services de l'entreprise.

3

Notre cahier des charges est reconnu et basé sur la norme **ISO26000**, référence internationale de la RSE.

4

La démarche est évaluée par **AFNOR** tous les 18 mois, sur site.



LE 1^{ER} LABEL RSE
de la filière vin
↳ créé en 2007

55% DES ACHETEURS prennent le temps de regarder si une bouteille de vin affiche une certification environnementale lors de l'achat



2^{ÈME} LABEL ENVIRONNEMENTAL

de la filière vin en notoriété assistée derrière Agriculture Biologique (AB)
36% des consommateurs le connaissent



chiffres extraits du baromètre 2023 So Wine Data

L'ASSOCIATION & SES 4 collèges !



UN RÉSEAU RSE DE LA VIGNE AU VERRE



Si les adhérents producteurs sont bel et bien au cœur du collectif Vignerons Engagés, ils ont aussi su s'entourer d'acteurs complémentaires de la filière vin.

Depuis 2020, l'association Vignerons Engagés est structurée en 4 collèges :

- producteurs
- négociants
- distributeurs
- partenaires

pour permettre à toutes les entreprises du monde du vin qui souhaitent œuvrer pour une filière plus durable de collaborer.

Collège PRODUCTEURS
Domaines et caves coopératives.
Labellisation et utilisation du logo sur les produits.



Collège NÉGOCIANTS
& intermédiaires de la filière.
Utilisation du logo sur les produits (sous conditions.)

En intégrant l'association, les négociants peuvent utiliser le logo Vignerons Engagés sur leurs vins issus de producteurs labellisés.

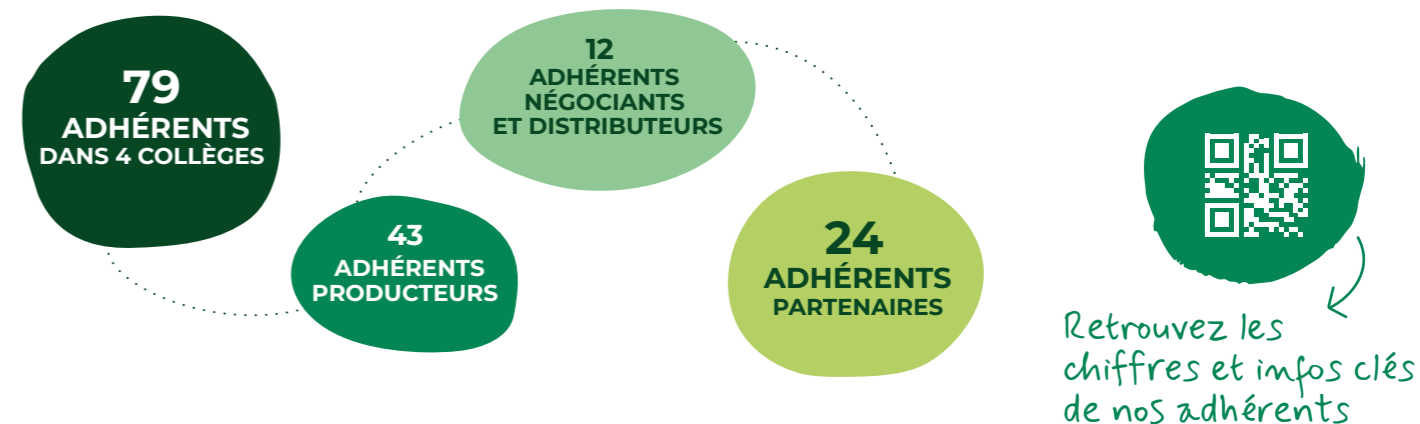
Collège DISTRIBUTEURS
Grande distribution, cavistes.
Utilisation du logo sur les produits (sous conditions.)

Ce sont les premiers interlocuteurs des consommateurs, leur rôle est clé pour **faire connaître Vignerons Engagés** auprès du **grand public**.

Collège PARTENAIRES
Produits, services de la filière vin, institutions, association.
Utilisation du logo possible (communication d'entreprise uniquement.)

On retrouve des fournisseurs de matières sèches, de solutions viti-vinicoles ou encore des institutions partenaires qui souhaitent faire du **développement durable** au-delà des limites de leurs organisations.

TOUR D'HORIZON DU COLLECTIF



PRODUCTEURS LABELLISÉS



PRODUCTEURS EN CONVERSION



NÉGOCIANTS



DISTRIBUTEURS



PARTENAIRES





VINVENTIONS



SÜBR by Vinventions

La première gamme de bouchons micro-naturels sans polyuréthane et sans goût de bouchon alliant design naturel et performance optimale.

NOS ACTUALITÉS



AU-DELÀ DES FRONTIÈRES AVEC SWR

Notre collectif a rejoint la **Sustainable Wine Roundtable**, plateforme internationale qui rassemble plus de 50 acteurs mondiaux du vin (monopoles, distributeurs, producteurs, associations) dont **Ahold Delhaize, Alko, M&S, Majestic, Vinmonopolet, Sainsbury's, SAQ, Tesco, Waitrose, Wholefood**, etc.

NOS OBJECTIFS :

①

Partager nos engagements RSE au-delà de l'écosystème français

②

Mieux connaître les attentes RSE des distributeurs internationaux

③

Contribuer, à notre échelle, à une filière vin durable à l'échelle mondiale

Notre projet en cours est de participer au **benchmark des labels** réalisé par SWR, afin d'être plus visible et mieux compris des acheteurs et distributeurs.



RÉSEAUX SOCIAUX : UNE COMMUNAUTÉ GRANDISSANTE



Avec près de **20 000 abonnés**, tous réseaux confondus : la communauté Vignerons Engagés est mobilisée pour découvrir les **engagements des vignerons** et les **actions de l'association**.



UN ÉVÉNEMENT ATTENDU !



VERS UN NOUVEAU RÉFÉRENTIEL 2.0

Afin d'optimiser le temps passé sur la préparation de l'évaluation, l'association a travaillé sur ses outils. 2025 était l'année du « toilettage » du Diagnostic Vignoble. 2026 permet de se pencher sur le second outil phare de l'évaluation, le référentiel Vignerons Engagés, qui sera :

- + **CLAIR** : des actions précises et sectorielles à mettre en œuvre
- + **CONCIS** : de 120 à 60 pages pour la version 2.0, qui permettra d'aller à l'essentiel (sera aussi disponible un cahier des ressources compilant tous les exemples de bonnes pratiques RSE)
- + **PRATIQUE** : des exemples de pratiques et de justificatifs directement rattachés au système de notation PDCA, pour plus de tranquillité par rapport aux attentes de l'évaluateur.ice

Diffusion du référentiel prévue courant 2026 avec un délai de mise en œuvre d'un an et des modalités de transition souples en concertation avec AFNOR.

VIGNOBLE : 8 NOUVEAUX INDICATEURS EN TEST

Pour répondre toujours mieux aux attentes de nos parties prenantes, Vignerons Engagés franchit une nouvelle étape en 2026. Nos engagements au vignoble se renforcent autour de 4 grandes thématiques environnementales clés : **la biodiversité, la santé des sols, la gestion des intrants et l'irrigation**. Pour donner un cadre commun à ces démarches, **8 indicateurs** viendront structurer les démarches RSE de l'ensemble de nos producteurs labellisés :

- ① % d'IAE sur la surface totale de l'exploitation
- ② % de nos vignerons sensibilisés à la biodiversité
- ③ % des surfaces avec un couvert végétal préservé en hiver (entre le 1/11 et le 1/03)
- ④ 1 stratégie d'analyses de sol complète (incluant la microbiologie) à l'échelle du domaine ou de la coopérative à renouveler chaque année
- ⑤ IFT total (herbicides + hors herbicides) / IFT régionale (lissé sur 5 ans)
- ⑥ IFT ou passages CMR 2 / an (lissé sur 5 ans)
- ⑦ IFT CMR1
- ⑧ 1 stratégie eau formalisée précisant les outils de pilotage



D'ici là, le collectif se mobilise pour accompagner ses adhérents producteurs : calculateurs, cahier de ressources pour se former à la biodiversité, trame de stratégie d'irrigation à personnaliser... Autant d'outils concrets pour avancer, pas à pas, vers une viticulture toujours plus engagée.



ENGAGÉS :

1ère Gamme collective labellisée



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

Crise de consommation, plans d'arrachage, aléas climatiques, hausse des coûts de production : rarement, nous acteurs de la filière vin, avons eu à affronter autant de chocs simultanés. Nos caves et nos 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 traduisent pas 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, un chiffre qui monte à 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 prix que la lisibilité de ce qu'il finance : **à quoi sert réellement chaque euro sur l'étiquette, et comment ce prix nous permet-il – ou non – de financer des pratiques durables ?**

C'est dans ce contexte que nous, **Vignerons Engagés**, lançons **ENGAGÉS**, la première gamme collective de cuvées portée par nos 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 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 adhérent 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 :
 - le nom de l'appellation,
 - 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"

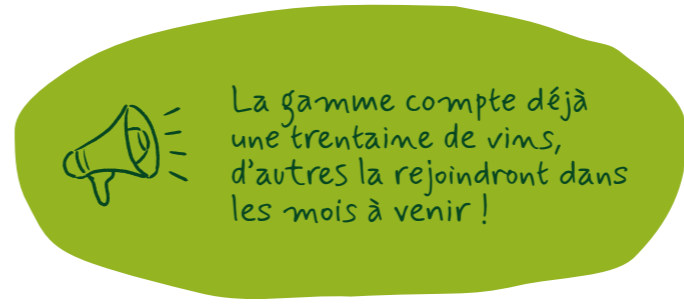
(calculé selon la méthode : (rémunération des apports + primes) / chiffre d'affaires total de la cave) ;

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.



NOUVEAUX ADHÉRENTS 2025



COLLÈGE PRODUCTEURS

Villa Noria

Créé en 2010 à Montagnac, le Domaine Villa Noria exploite 85 hectares certifiés bio et HVE. Porté par un binôme vigneron-oenologue, le domaine souhaite structurer sa démarche RSE à travers le label Vignerons Engagés.

STÉLAIA

Située au pied du Pic Saint-Loup, la cave qui regroupe 80 vignerons souhaite aujourd'hui structurer ses engagements avec pour objectif une labellisation Vignerons Engagés d'ici fin 2026



Maison familiale fondée en 1885, la Famille Bougrier rejoint Vignerons Engagés pour accélérer sa démarche RSE sur ses deux domaines en Touraine.



COLLÈGE NÉGOCIANTS



OENOFOROS GROUP

“

Nous engager avec Vignerons Engagés nous permet d'acquérir des connaissances précieuses et de faire également partie des initiatives françaises en matière de durabilité.

Anna LJUNGMAN, Responsable RSE



COLLÈGE PARTENAIRES



Pôle d'innovation en agroécologie orienté vers l'agriculture durable et responsable.



Éco-organisme agréé créé en 2016, Léko accompagne la filière sur les enjeux d'emballages, de recyclabilité et de réemploi.



Interprofession qui rassemble la filière viticole de la vallée du Rhône.



La Tonnellerie Vinéa allie innovation (chauffe céramique et Hydro), engagement environnemental et travail de proximité avec les domaines pour des profils d'élevage sur mesure.



Logiciel de pilotage & de modélisation agronomique.



Fabriquant d'Agrafes en fibres de bois sans colle ni traitement chimique 100% françaises.



Représentant national du modèle coopératif agricole.



COLLÈGE DISTRIBUTEURS



“

Adhérer à Vignerons Engagés, c'est pour nous affirmer un engagement plus fort et plus transparent : envers les consommateurs, qui recherchent des repères fiables, mais aussi envers les viticulteurs avec lesquels nous travaillons dans une logique de partenariat durable.

Lara DUCHAUSSOY, Cheffe de Marque





AGENCE
DES
COTEAUX
drinks brand design



*Nous aussi, pour
engager, pour
créer au
prix juste !*

STRATÉGIE DE MARQUE | ÉCO-BRANDING | CRÉATION DE MARQUE | DESIGN PACKAGING | ÉCO-CONCEPTION

DE L'ENGAGEMENT À L'ÉVALUATION :



cheminement d'une entreprise vers Vignerons Engagés

Le cahier des charges Vignerons Engagés s'appuie sur la norme internationale RSE ISO 26000 et est adapté aux spécificités de la filière vin. Il évalue les pratiques de la vigne au verre afin de garantir une démarche durable, sur les plans environnemental, social et économique. Il est audité par un organisme de contrôle indépendant : l'AFNOR.



Téléchargez le cahier des charges

01



DIAGNOSTIC RSE : ÉTAT DES LIEUX DE MES PRATIQUES

Le diagnostic RSE me permet de faire un état des lieux de mes pratiques et de définir des priorités pour lancer ma démarche. Il met aussi en lumière mes points forts, souvent déjà présents sans que je les valorise. Basé sur le référentiel Vignerons Engagés, ce diagnostic prépare l'évaluation du label et m'apporte un premier plan d'action, grâce au regard extérieur d'un expert RSE.

02

DÉPLOIEMENT DE MA DÉMARCHE RSE

Une fois le diagnostic RSE réalisé, l'entreprise structure et priorise des actions adaptées. Ce déploiement, variable selon les moyens humains et financiers et le niveau RSE initial, se déroule en cinq étapes clés. Ce déploiement se fait en **5 grandes étapes clés**.

1 BIEN COMPRENDRE LA RSE

Les questions à se poser

Avant d'agir, il est essentiel de connaître la RSE et ses implications pour l'entreprise. Cette étape clarifie les motivations et permet d'intégrer les principes du développement durable dans la filière viticole, base de toute la démarche.

Les ressources à utiliser

Échanges avec des caves engagées, Guide RSE Vignerons Engagés

2 IDENTIFIER MES PARTIES PRENANTES, LES HIÉRARCHISER

Permet de lister les acteurs influencés par ou influençant l'entreprise (salariés, clients, fournisseurs, riverains, etc.) et de les hiérarchiser pour concentrer les efforts sur les plus stratégiques.

Les ressources à utiliser

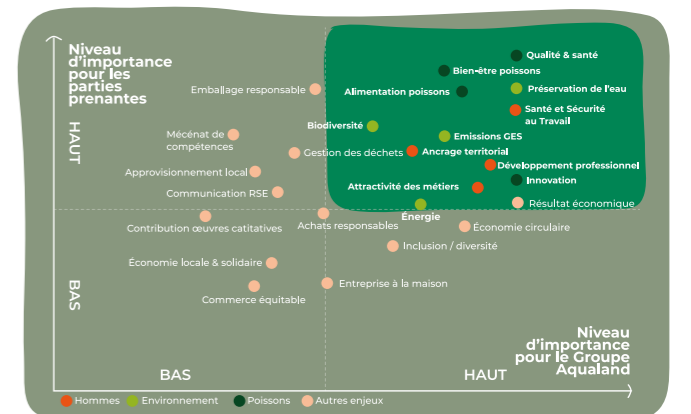
Tableau d'identification et de hiérarchisation des parties prenantes

3 CONSULTER MES PARTIES PRENANTES ET CONSTRUIRE MA MATRICE DE MATÉRIALITÉ

Permet de comprendre leurs attentes et anticiper risques et opportunités. Les résultats sont synthétisés dans une matrice de matérialité, qui croise attentes et priorités de l'entreprise, permettant de retenir les enjeux RSE les plus stratégiques pour le plan d'action. Seuls les enjeux situés dans la zone la plus stratégique de la matrice (en haut à droite) sont retenus comme prioritaires.

Les ressources à utiliser

Questionnaires parties prenantes, modèle de matrice de matérialité et outils méthodologiques



4 FAIRE ADHÉRER MES ÉQUIPES ET ANIMER LA DÉMARCHE

La réussite de la RSE repose sur l'implication des équipes. Cette étape mobilise tous les services et fait vivre la démarche collectivement au quotidien.

Les ressources à utiliser

Questionnaires salariés, formations Vignerons Engagés (Initier ma démarche, Fresque du Climat, etc.)

5 CONSTRUIRE ET METTRE EN ŒUVRE LE PLAN D'ACTION

À partir des enjeux prioritaires (matrice de matérialité), l'entreprise définit des actions réalistes, mobilise les ressources nécessaires et assure le suivi pour mesurer les progrès.

Les ressources à utiliser

Groupes de travail thématiques, tableau de suivi du plan d'action RSE, outils de pilotage.

Ressources utiles : Vous êtes adhérent ? Elles sont disponibles sur votre Espace Pro !



03

DIAGNOSTIC VIGNOBLE

Le diagnostic vignoble identifie les enjeux RSE spécifiques au vignoble et alimente la démarche globale de l'entreprise. Ce n'est pas un audit, mais un outil d'amélioration continue. Il est également un prérequis pour obtenir le label Vignerons Engagés.



“

Réaliser ces diagnostics est très intéressant, cela me permet de découvrir les exploitations et de voir comment elles se sont développées d'un point de vue environnemental, social et économique. La réflexion sur un plan d'actions sur 5 ans me permet d'identifier des axes d'amélioration et d'apporter des conseils aux adhérents.

Zoé STURNI
Chargée de projet RSE
chez Bestheim

5 infos à savoir sur le diagnostic vignoble

- ↳ Convient à tous types d'exploitations (domaines, coopératives)
- ↳ Environ 300 questions couvrant les aspects environnementaux, sociaux et économiques
- ↳ Permet d'élaborer un plan d'action individuel et, pour les coopératives, un plan collectif
- ↳ Réalisé en interne par les techniciens ou chefs de culture, ou confié à un prestataire externe
- ↳ À renouveler tous les 5 ans

Exemple de questions posées

- Comment entretenez-vous talus et fossés ?
- Quelle méthode de désherbage utilisez-vous ?
- Maintenez-vous un couvert végétal en hiver ?
- Avez-vous anticipé la succession ou transmission de l'exploitation ?
- Referiez-vous le même choix de métier aujourd'hui ?
- Participez-vous à des structures associatives ou professionnelles locales ?
- Quels sont vos coûts de fertilisation par hectare ?
- Quelle est votre dépendance aux aides publiques (PAC, DJA, FranceAgriMer...) ?

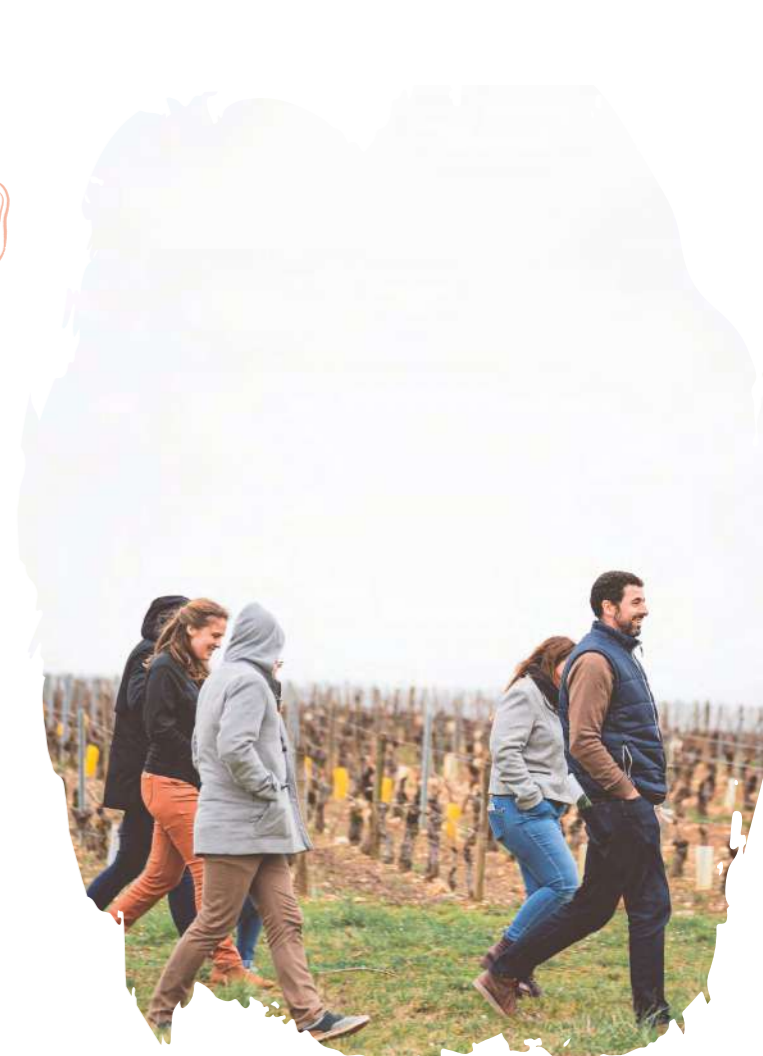
04



ÉVALUATION AFNOR

Lors de l'évaluation, l'évaluateur AFNOR vérifie la capacité de l'entreprise à mener une démarche durable, de la vigne au verre. Pour cela, il :

- Échange avec la gouvernance, les salariés et les producteurs dans le cas des coopératives,
- Rencontre les parties prenantes clés (clients, fournisseurs, partenaires)
- Analyse les documents fournis (politique RSE, tableaux de suivi, indicateurs, diagnostics vignobles, etc.)
- Examine les résultats environnementaux, sociaux et économiques à partir des indicateurs suivis



“

Un point d'étape important qui vient récompenser tous les efforts réalisés depuis de nombreuses années.



Sébastien COQUARD
Président et Vignerons de la cave Agamy

Toute entreprise labellisée **Vignerons Engagés** est **automatiquement labellisée Engagé RSE**, l'équivalent multisectoriel de notre label.

Après 18 mois, une évaluation de suivi a lieu pour constater les améliorations obtenues sur les différentes thématiques. Les progrès sont évalués grâce à une **méthodologie de notation sur 1000 points** reposant sur le **PDCA** :

PLANIFIER
DÉPLOYER
CONTRÔLER
AMÉLIORER

} une logique d'amélioration continue

Découvrez les coulisses d'une évaluation AFNOR



PROGRESSER :

benchmark des évaluations

Chaque année, nos adhérents producteurs comparent les résultats de leur évaluation Vignerons Engagés pour s'inspirer et identifier les axes de progression pour leur démarche RSE.

Score moyen par critère

	Score	1. Vision RS & Gouvernance	2. Intégration RS & communication	3. Ressources humaines	4. Productions & consommations	5. Ancrage territorial	6. Indicateurs environnementaux	7. Indicateurs sociaux	8. Indicateurs économiques
Moyenne	58	58	60	60	58	62	53	54	54
Min	41	35	39	36	37	31	30	36	36
Max	79	81	85	81	76	87	74	81	81
Écart-type	9,3	11,9	11,2	11,1	10,4	12,8	11,1	11,2	11,2
Meilleure Cave		Caves de Rauzan	Cave de la Loire	Caves de Rauzan	Cave de la Loire	Caves de Rauzan	Caves de Rauzan	Caves de Rauzan	Caves de Rauzan

benchmark des indicateurs RSE

Se comparer pour mieux avancer !

Depuis 2021, les producteurs du collectif se prêtent chaque année au benchmark RSE. **L'objectif ? Prendre du recul, se situer et progresser.** Une bonne pratique devenue incontournable... au point d'intégrer officiellement les exigences du label à partir de 2026 !

Ce benchmark, ce sont des indicateurs RSE concrets sur le quotidien des entreprises et leurs engagements.

Quelques exemples d'indicateurs et de leur valeur moyenne en 2025 :

82%

des salarié.e.s conseilleraient à un ami de venir travailler dans leur entreprise si l'occasion se présentait

68%

de références en bouteilles allégées, consignées ou réemployées

60%

de fournisseurs et prestataires implantés à moins de 200km

1L

d'eau consommée à l'année par litre de vin produit

7%

de l'énergie consommée est produite par les producteurs eux même

79%

des salarié.e.s trouvent que l'entreprise les sensibilise suffisamment aux actions environnementales

52%

du chiffre d'affaires des coopératives labellisées sont reversés aux producteurs

71%

des vignes sont enherbées

Et vous, où en êtes-vous ? Ces indicateurs sont-ils déjà suivis dans votre entreprise ?



CULTIVONS VOS VIGNES VERS LA RÉUSSITE

DÉVELOPPONS VOS PROJETS VITICOLES

NOUS ACCOMPAGNONS LES VITICULTEURS DANS LEURS PROJETS DE DÉVELOPPEMENT, QU'IL S'AGISSE DE PROMOUVOIR L'ÉNOTOURISME SUR LEUR DOMAINE OU D'ÉTENDRE LEUR ACTIVITÉ À L'EXPORT.

AGIR CHAQUE JOUR DANS VOTRE INTÉRÊT
ET CELUI DE LA SOCIÉTÉ



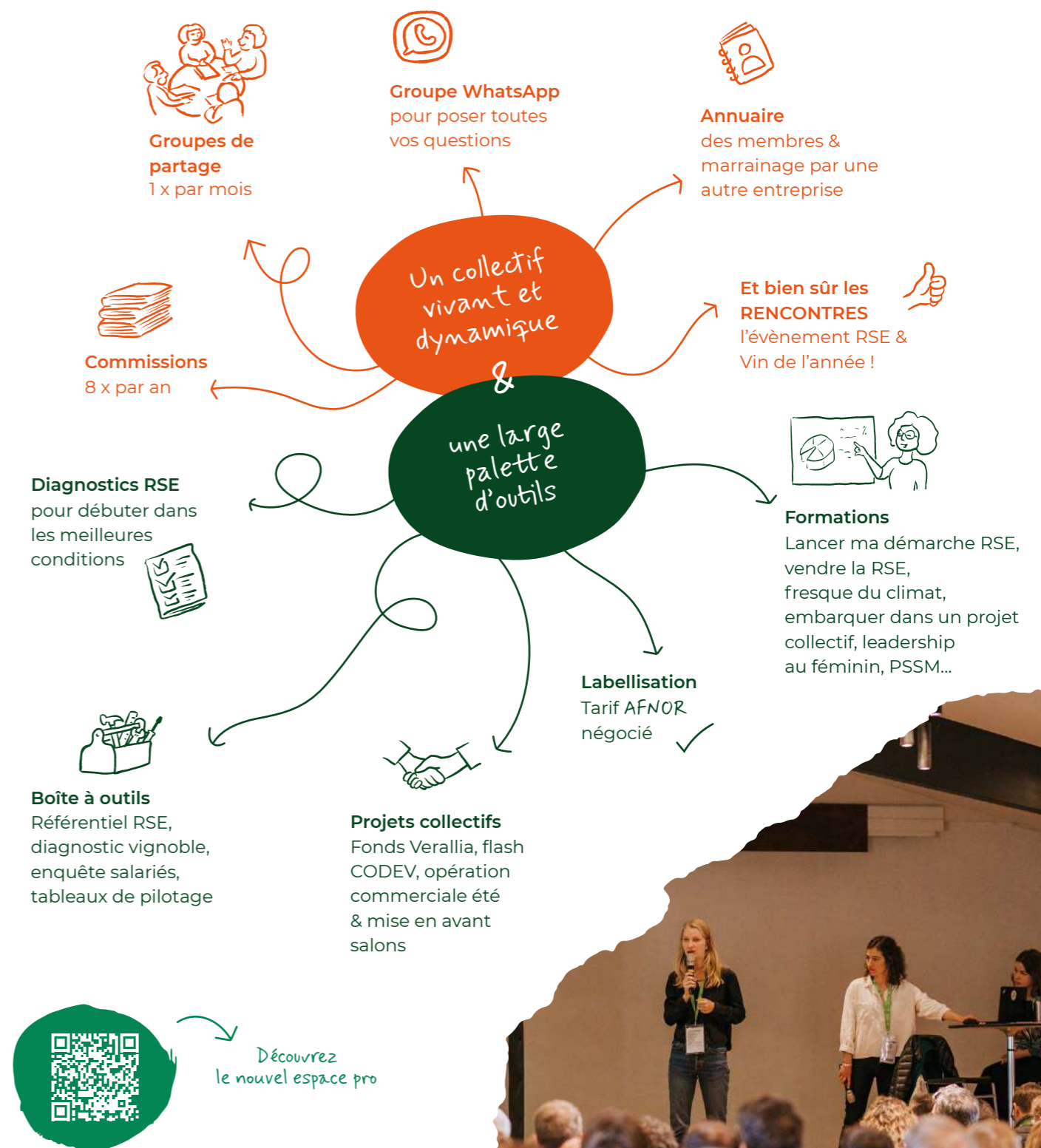
Document à caractère publicitaire.

Sous réserve de disponibilité des offres en Caisses régionales et sous réserve d'acceptation de votre dossier par la Caisse régionale prêteur.
04/2024 - Édité par Crédit Agricole S.A., agréé en tant qu'établissement de crédit - Siège social : 12, place des États-Unis, 92127 Montrouge Cedex
Capital social : 9 158 213 973 € - 784 608 416 RCS Nanterre. Crédit photo : Getty Images.





NOS SERVICES POUR METTRE EN PLACE votre démarche RSE



NOS FORMATIONS

Toute l'année, l'équipe Vignerons Engagés se déplace chez les producteurs, négociants, partenaires de la filière afin de former les salariés et viticulteurs, mais aussi de booster la démarche RSE ou la lancer dans votre entreprise.

1 Initier et/ou animer ma démarche RSE

Objectifs

- Participer à la démarche RSE de ma cave
- Devenir ambassadeur de la démarche en interne et en externe

Petits +

Un contenu hautement personnalisable selon vos thématiques RSE du moment

“



À aucun moment on ne s'est ennuyé lors de cette formation ! Cela nous a permis de comprendre que beaucoup d'actions que nous faisons au quotidien dans notre travail, sont liées à la démarche Vignerons Engagés, sans même le savoir. Ça donne envie de se consacrer à la vie de l'entreprise : j'ai milité pour faire partie du comité de pilotage RSE de la cave !

Alexandre GRANGER
ADV Export de la Cave de Lugny

2 Fresque du Climat*

Objectifs

- Adapter mes pratiques personnelles et professionnelles
- Devenir ambassadeur de la RSE au sein de mon entreprise

Petits +

Une phase de débriefing pour passer à l'action avec l'outil « Inventons nos Vies Bas Carbone »

“



Le but est de comprendre les causes et les conséquences du réchauffement climatique. Il y a certaines choses que l'on savait mais on en a découvert plein d'autres.

Gérald TRELAT
Viticulteur et administrateur des Vignerons des Terres Secrètes

4 Intégrer l'intelligence collective dans vos pratiques managériales*

Objectifs

- Pratiquer un management plus collaboratif
- Favoriser l'implication de vos équipes dans les projets, à l'échelle des pôles ou de l'entreprise, et dans certaines décisions stratégiques.
- Favoriser l'autonomie et la co-responsabilisation dans vos équipes

Petits +

1h de mentorat pour travailler « à froid » sur un cas réel

“

J'ai noté cette formation 5/5 ! J'ai particulièrement aimé le contenu, la présentation et les échanges lors de cette formation, avec de la mise en pratique et plein de propositions d'outils.



Emeline FAVRE
Responsable Vignes et Terroirs chez Vignerons des Terres Secrètes

Découvrez notre catalogue de formations 2026



5 Leadership au féminin 1 - Confiance et (im)posture professionnelle*

Objectifs

- Booster ma posture professionnelle en tant que femme et me permettre d'accéder ou me maintenir à des postes à responsabilité en :
- développant mon intelligence émotionnelle pour oser
- développant ma confiance et mon leadership

Petits +

un petit comité de vigneronnes et professionnelles du vin

“

L'une des meilleures formations de ma vie.

“

Une formation que toutes les femmes devraient faire.

2 anonymes (questionnaire de satisfaction)

6 Leadership au féminin 2 - Oser*

Objectifs

- Acquérir la base des techniques de Communication Non Violente et intelligence émotionnelle
- Connaître les clés pour négocier et obtenir l'argent auquel on a droit

Petits +

Le dynamisme de la formatrice, les concepts clairs et percutants, les échanges entre participantes.



3 Favoriser l'implication dans un projet collectif*

Objectifs

- Mobiliser sur du long terme autour d'un projet collectif et impulser une dynamique collaborative en :
- structurant ma gestion de projet de manière plus collaborative
- redonnant du sens aux projets collectifs

Petits +

Plein d'outils actionnables dès la fin de la formation

“

Je dispose de plein de nouveaux outils pour impliquer mes collaborateurs.

Marine JOSSELIN
Responsable HQSE chez Chassenay d'Arce



*formations réalisées par nos partenaires externes

7 Premiers secours en santé mentale*

Objectifs

- Mieux repérer les troubles en santé mentale et adopter un comportement adapté (même en cas de crise) pour encourager à aller vers un professionnel de santé compétent

Petits +

Un formation diplômante proposée sur un format pratique : 7 x 2h en visio

“

Aujourd'hui la santé mentale est un sujet encore très tabou dans l'entreprise même si on en parle de plus en plus. En tant que RH, j'aimerais sensibiliser les managers au sein de l'entreprise à la détection de signaux pour avoir des relais sur le terrain et aiguiller les personnes vers les professionnels de santé compétents.

Emmanuelle AUDOUARD
Directrice des Ressources Humaines chez Rhonéa



LES JEUNES REDÉFINISSENT LE VIN DURABLE

Sondage OpinionWay
pour Vignerons engagés
Février 2025

L'ENGAGEMENT SOCIAL
DEVIENT UNE PRIORITÉ
CONSOMMATEUR

- Les Chiffres clés d'une révolution générationnelle
- Un vin durable avant tout socialement juste et transparent

70% 

des 25-34 ans (et 66% des 35-49 ans) jugent essentiel que leur vin respecte des critères de durabilité.

74%

des Français estiment qu'un vin durable doit garantir des conditions économiques équitables (juste rémunération, bien-être des travailleurs, fournisseurs locaux)



un niveau quasi équivalent à la protection de l'environnement (75%)



67%

des Français, et même 71% des 18-34 ans, sont prêts à payer plus cher pour un vin qui garantit des conditions sociales et économiques justes, contre 60% pour des critères purement environnementaux comme la protection de la biodiversité, l'économie des ressources naturelles, ou encore la réduction des émissions de CO2.

48%

attendent des marques qu'elles privilégient l'économie locale, achetant auprès de fournisseurs à moins de 200 km.



55%

demandent une transparence totale sur les pratiques de la vigne au verre, preuve d'une attente croissante en matière de traçabilité et d'éthique.



Les **3** premières raisons invoquées pour justifier un prix plus élevé sont :

1. Une juste rémunération des producteurs

41%

2. Le bien-être des travailleurs de la vigne

35%

3. Le soutien à l'économie locale

36%

Des préoccupations sociales qui dépassent largement l'enjeu climatique!

ENGAGEMENT SOCIÉTAL GLOBAL : La responsabilité sociale du vin dépasse les tendances urbaines. Contrairement aux idées reçues, cette exigence ne concerne pas seulement les grandes villes, mais aussi les zones rurales. Consommateurs réguliers et occasionnels partagent des attentes similaires pour un vin plus juste.

BASCULEMENT GÉNÉRATIONNEL : La durabilité ne se réduit plus à l'environnement, elle inclut aussi le respect des personnes et des territoires. Ce changement profond des mentalités touche toutes les générations, en particulier les jeunes. Une véritable révolution pour le secteur, qui doit adopter une approche plus globale, à l'image du label Vignerons Engagés.



Découvrez l'étude complète



Rédaction

Vignerons Engagés

Conception graphique & illustrations

Agence des Coteaux
www.agencedescoteaux.com

Imprimeur

L'atelier 7
30100 Alès

Photographies

© Vignerons Engagés
© Hervé LECLAIR
© Les Ptis Oignons
© Charlène PELUT
© Manger_productions
© Festindigitalagency

