



Communiqué

DE PRESSE



Les Vignerons en Développement Durable



Les Vignerons en Développement Durable

affichent fièrement leurs couleurs

16 caves coopératives **leaders** dans leur région
s'engagent ensemble

3500 vignerons
25 000 hectares de vignes
70 millions de bouteilles
350 millions d'€ de CA cumulé



Des vignerons qui s'engagent
avec un cahier des charges strict et contrôlé

Les 37 engagements des Vignerons en Développement Durable

Gouvernance et pratiques managériales

1. Engagement de la direction
2. Stratégie, politique et objectifs
3. Système de Management
4. Organisation et responsabilités
5. Participation, implication et motivation du personnel
6. Communication interne
7. Communication externe
8. Vigilance et Veille réglementaire
9. Prise en compte des principes universels
10. Prise en compte des parties prenantes
11. Politique d'achats dont achats vins
12. Politique Vignoble
13. Mesure de la performance

Performance économique

14. Risque et Relations clients
15. Productivité
16. Coûts investissements
17. Rentabilité et partage de la valeur ajoutée
18. Stockage

Responsabilité sociale et territoriale

19. Travail, Conditions générales
20. Equité
21. Emplois, compétences, formation
22. Hygiène, santé, sécurité
23. Intégration territoriale
24. Responsabilité du fait du produit
25. Risques liés à l'activité

Responsabilité environnementale

26. L'eau : gestion des consommations
27. L'eau : pollution
28. L'énergie : consommation
29. L'air : pollution et gaz à effet de serre
30. Les déchets
31. Les sols : gestion et pollution
32. La biodiversité
33. Impact Paysager
34. Bruits et odeurs
35. Transport et logistique
36. Ecoconception
37. Transport des salariés

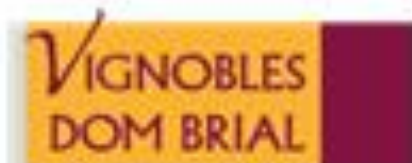


Les Vignerons en Développement Durable

QUI SONT-ILS ?

Cave de Die Jaillance
Cave de Lugny
Cave de Mont Tauch
Cave de St Maurice
Cave de Tain l'Hermitage
Cave du Razès
Le Moulin de La Roque
Les Caves Bailly Lapierre

Les Vignerons de Buxy
Les Vignerons des Terres Secrètes
Les Vignerons du Mont Sainte Victoire
Les Vignerons du Mont Ventoux
Loire Propriétés
Sieur d'Arques
Vignerons de Caractère
Vignobles Dom Brial





Les Vignerons en Développement Durable

LEUR HISTOIRE

Des vignerons unis qui décident de leur avenir

En 2007, dix caves viticoles pionnières – chacune leader dans sa région et désireuse de trouver un équilibre entre activité économique, impact environnemental et impact sociétal - décident de structurer ensemble leur démarche de Développement Durable : c'est le début de l'aventure « Vignerons en Développement Durable ».

Avec l'appui du Groupe ICV, une réflexion collective, riche de l'histoire des différentes caves, s'amorce : elle place l'entreprise au cœur du système afin d'assurer sa viabilité, tout en concevant de grands vins authentiques, sûrs et respectueux du consommateur. Bien au-delà de la France, nos préoccupations rejoignent celle d'autres agriculteurs dans le monde conscients des enjeux futurs de la planète et de la société.

Une charte est élaborée

Sa mise en œuvre et son respect dans le temps sont assurés par les consultants Qualité et Développement Durable de l'ICV.

Après un 1er diagnostic de « Développement Durable » portant sur 37 enjeux, et la formation de tous les acteurs de l'entreprise au Développement Durable (vignerons et salariés), chaque cave passe à l'action avec des objectifs précis de performance. Ici, pas de promesse en tous genres, ni de communication tonitruante, mais place aux actions concrètes à tous les niveaux de l'entreprise.

Une fois la gymnastique intellectuelle intégrée – considérer, par exemple, tout investissement sous les 3 angles du social, de l'environnement et de l'économique – loin d'être une contrainte, elle devient, au quotidien, un outil d'aide à la décision et une opportunité de revoir nos modes de production. Réellement intégrée dans la stratégie d'entreprise, elle y puise sa force.

La seule marque collective regroupant des vignerons en France

«Vignerons en Développement Durable» est portée par les entreprises certifiées, membres de l'association du même nom.

Grâce à la pédagogie et à la sensibilisation, elle est une force d'entraînement pour :

- convaincre les consommateurs par nos initiatives, nos bonnes pratiques,
- apporter au consommateur des réponses concrètes et pragmatiques à ses attentes,
- inciter les clients à nous choisir et créer des liens privilégiés

