RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE 2009

VIGNERONS DE CARACTERE
Découvrir, Apprécier, Partager.

"Le développement durable participe à la stratégie d'innovation de l'entreprise citoyenne"

TRANSFORMER LES CONTRAINTES EN OPPORTUNITÉS

Pascal Duconget Bernard Manganelli

"Le développement durable participe à la stratégie d'innovation de l'entreprise citoyenne en transformant les contraintes en opportunités de développement."

Notre cave, née de l'union de 80 familles de vignerons, prend ses racines dans le Cru de Vacqueyras, au cœur de la Vallée du Rhône méridionale.

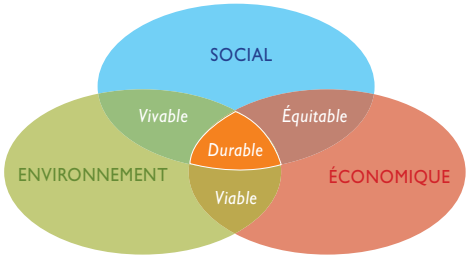
Mosaïque de personnalités, nous ne sommes pas «caractère» sans raison. Engagés dans la protection de l'environnement, l'agriculture raisonnée, ainsi que le développement durable, nous luttons contre les a priori et les conventions établis dans le monde du vin.

Notre mission, en tant qu'acteur majeur de l'appellation, est de permettre la pérennité de l'entreprise dans un environnement sain, d'assurer le développement durable des exploitations qui la composent, et d'apporter une empreinte de notre savoir-faire en Vallée du Rhône.

"Nous invitons chacun d'entre vous, membre du personnel et vignerons, à s'engager dans cette démarche de progrès pour que ce développement puisse se faire dans le respect des générations futures."

NOTRE POLITIQUE

"Notre savoir-faire, dont l'empreinte moderniste a toujours favorisé une ouverture d'esprit à l'international, se transmet depuis plusieurs générations."



• Le développement durable participe à la stratégie d'innovation de l'entreprise citoyenne en transformant les contraintes en opportunités de développement.
Nous recherchons l'excellence dans ce que nous entreprenons et dans le quotidien des salariés et des vignerons.

• L'amélioration de la qualité et de la notoriété de nos produits et de nos services a pour but de pérenniser notre structure et, à travers elle, les exploitations de nos vignerons.
Nous sommes en constante recherche d'améliorations.

• Nous sommes fiers de porter nos racines et notre passion à travers la diversité et la qualité de nos vins qui ont toujours été synonyme d'accessibilité, de partage et de plaisir des sens pour les amateurs de vins.

• Nous sommes à l'écoute constante des attentes du marché et des exigences de la réglementation tout en continuant à placer la qualité et l'éthique au cœur des fondements de notre cave.

• Nous souhaitons gérer l'entreprise avec un système de management intégré Qualité et Environnement qui recherche toujours l'équilibre nécessaire au développement durable.

Nous nous engageons, et à travers nous, l'ensemble des membres du conseil d'administration, à fournir les ressources nécessaires à l'atteinte de ces objectifs, ainsi qu'à coordonner, analyser et communiquer périodiquement les résultats obtenus. Nous nous portons garants, et ce avec les autres membres de l'entreprise, pour mettre en place les actions d'améliorations nécessaires afin que notre organisation puisse évoluer conformément aux objectifs définis et obtenir la satisfaction et la confiance de nos clients comme de nos vignerons.
Enfin, nous invitons chacun d'entre vous, membres du personnel et vignerons, à s'engager dans cette démarche de progrès pour que demain, et pour de longues années à venir, notre structure et ses produits continuent à être appréciés. Mais surtout pour que ce développement puisse se faire dans le respect des générations futures.

Le : 15/04/09

Bernard Manganelli, Président

Pascal Duconget, Directeur-Général

NOS ENGAGEMENTS

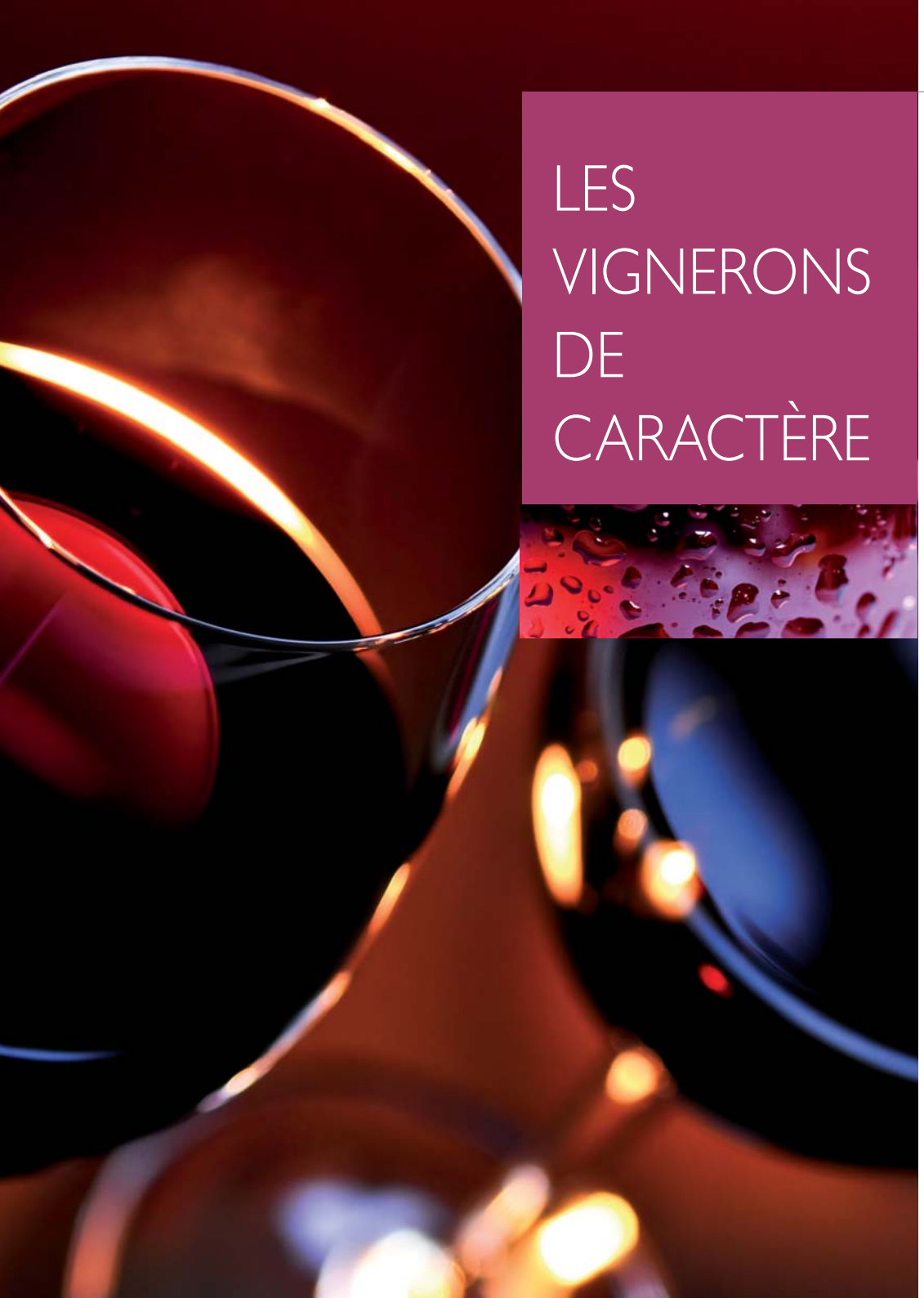
> CONSOMMATEURS / Proposer des produits sûrs, naturels, d'un excellent rapport qualité/prix/plaisir appropriés à chaque instant de consommation.

> VIGNERONS / Offrir une rémunération juste et équitable, fonction de la qualité des raisins et de la tenue de l'exploitation.

> SALARIÉS / Fédérer les équipes, faciliter les échanges en interne et développer une relation de proximité.

> ENVIRONNEMENT / Economiser les ressources naturelles et limiter notre impact sur l'environnement.

> COLLECTIVITÉS / Faire partager notre éthique.



LES VIGNERONS DE CARACTÈRE

SOMMAIRE

01 > Partie I. LES VIGNERONS DE CARACTÈRE

1.1. Dates clés
1.2. Chiffres clés
1.3. Un groupement familial
1.4. Vignerons de Caractère à l'international
1.5. Vacqueyras, Cru de la Vallée du Rhône

02 > Partie II. NOTRE ENGAGEMENT POUR UN DEVELOPPEMENT DURABLE

2.1. Une forte personnalité
2.2. Enjeux et actions

03 > Partie III. NOTRE DEMARCHE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

3.1. Gouvernance et pratiques managériales
3.2. Social
3.3. Environnement
3.4. Intégration territoriale
3.5. Economie
3.6. Responsabilité du fait des produits
3.7. Principes universels

I.1 DATES CLÉS

- 1957 / Naissance de la cave
- 1967 / L'Innovation : *Utilisation du procédé de macération carbonique. Vacqueyras est consacré en Appellation d'Origine Contrôlée Côtes-du-Rhône Villages.*
- 1974 / La Traçabilité : *Mise en place des procédures de traçabilité de la vigne au verre.*
- 1990 / La Reconnaissance : *Vacqueyras devient un cru de la Vallée du Rhône en rouge, rosé et blanc.*
- 1997 / Domaines & Châteaux : *Construction de la cave des Domaines & Châteaux.*
- 2001 / Certification : *La cave s'engage dans l'agriculture raisonnée et le développement durable.*
- 2004 / La signature des Vignerons de Caractère : *La cave fait évoluer son identité et ses gammes de produits pour mieux exprimer ce qu'ils sont. Les efforts en qualité sont récompensés par une certification ISO 9001.*
- 2008 / Ouverture du nouvel espace de vente : *500m² dédiés aux particuliers pour déguster, s'initier et découvrir.*
- Printemps 2009 / Ouverture du restaurant «l'Eloge», *conçu dans l'esprit des Vignerons de Caractère, les vins sont mis en scène dans un univers gastronomique inspiré de produits régionaux.*

I.2 CHIFFRES CLÉS

- **80** Familles de vignerons
- **1000** Hectares de vignes en exploitation
- Plus de **50** ans d'union et de partage
- Appellations : Vacqueyras, Gigondas, Beaumes-de-Venise, Côtes-du-Rhône, Muscat de Beaumes-de-Venise
- **33 401 HL** dont **53%** en Vacqueyras produit en 2008
- **3 090 000** cols vendus en 2008
- **40** salariés
- Vins présents dans plus de **25** pays
- En 2008, Les Vignerons de Caractère ont été élus «Meilleure Winery de France par le Wine Spectator»
- Près de **400** médailles obtenues depuis **10** ans dont près de **100** obtenues en 2008
- Certifiés ISO 9001, ISO 14001, IFS (International Food Standard) et BRC (British Retail Consortium)
- **330** hectares de vignoble qualifiés en Agriculture Raisonnée Objectifs : **500** hectares en 2009, **900** hectares en 2010
- **1** exploitation en conversion vers l'Agriculture biologique, **3** exploitations d'ici 5 ans.

LES VIGNERONS DE CARACTÈRE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration détermine les orientations stratégiques de l'entreprise et veille à leur mise en œuvre. Il est l'organe social qui définit et contrôle la gestion de la société. Il concourt à ce titre, avec la Direction Générale, au bon fonctionnement de l'entreprise, en s'appuyant sur les avis et les recommandations de chacun. La coopérative est administrée par un conseil composé de 16 membres élus par l'assemblée générale parmi les associés coopérateurs à la majorité des suffrages exprimés.
Ces administrateurs sont nommés pour trois ans et renouvelables par tiers chaque année. Dans une logique de développement durable il est essentiel pour l'entreprise de s'intégrer au mieux dans son bassin d'emploi. Tous les membres du conseil d'administration, ainsi que leur familles, sont, depuis des générations, ancrés dans le paysage local.

Membres du Comité exécutif

MANGANELLI *Bernard*
Président

GEAY Didier
Président d'Honneur

GRANGEON Jean Paul
Vice-président

BRES Olivier
Vice-président

RAME Henri
Trésorier

CHARRON Nathalie
Secrétaire

SALIGNON Martine
Examen des comptes

DÉTERMINER LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DE L'ENTREPRISE

Membres du Conseil d'Administration

GUIGUE Jean-Pierre

HUGUES Claude

DANY Pierre

GRAS Léo

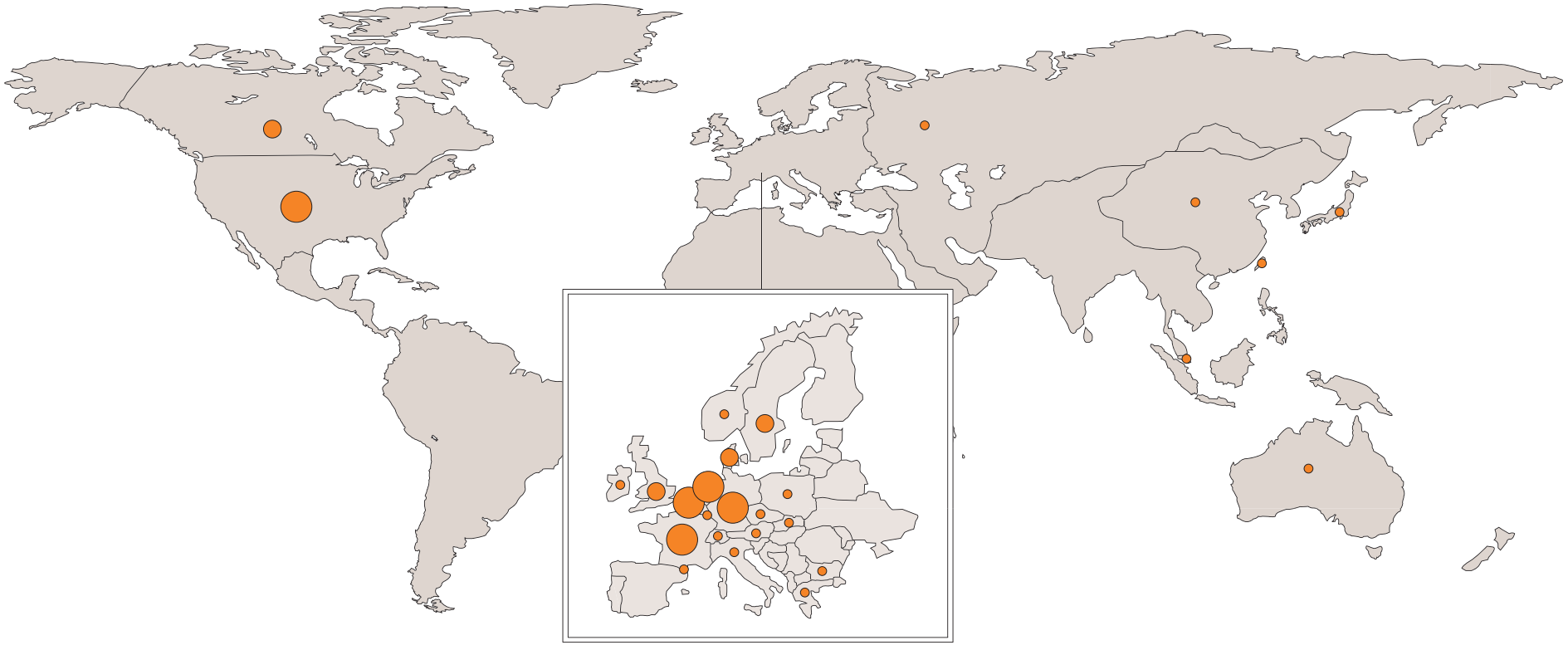
CHAPET Pierre

CLAUDEL Jean-Pierre

PIDOUX Mireille

BRUNET Raymond

AUBERY Jean Michel



< 2% du CA

Andorre
Australie
Autriche
Bulgarie
Grèce
Italie
Japon
Norvège
Slovaquie
Taïwan
Suisse
Chine
République Tchèque
Irlande
Luxembourg
Pologne
Russie
Singapour

de 2 à 10% du CA

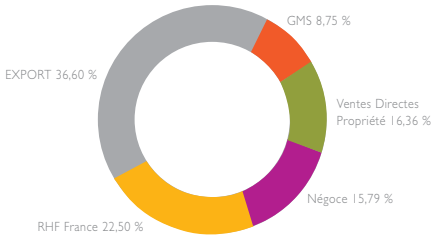
Canada
Danemark
Suède
Royaume Uni

> 10% du CA

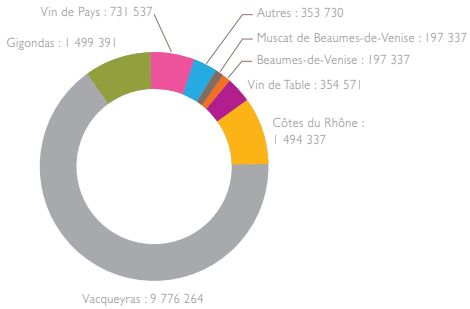
Belgique
USA
France
Pays-Bas
Allemagne

> Vignerons de Caractère à l'International

CA 2008 par secteur



CA 2008 en euros par appellation



VACQUEYRAS, CRU DE LA VALLÉE DU RHÔNE

"Vacqueyras conjugue l'équilibre à tous les niveaux"

Située dans la partie sud des Côtes-du-Rhône, l'appellation s'étend sur les communes de Vacqueyras et Sarrians.
Elle prend place au pied des Dentelles de Montmirail, véritables lames de calcaires finement ciselées, avec comme décor de fond de scène, les versants mythiques du Mont Ventoux.

Vacqueyras acquiert ses lettres de noblesse en tant que Cru de la Vallée du Rhône, le 22 février 1990, par décision de l'Institut National des Appellations d'Origine Contrôlée (INAO).
Organisées en monoculture, d'une superficie moyenne de 15 ha, les exploitations sont engagées dans une démarche de qualité.
Des règles strictes régissent la production.
Le rendement de base, par exemple, est fixé à 36 hectolitres par hectare de vignes, c'est un des plus bas de France. La vendange doit être minutieusement triée et les vignes doivent être âgées de trois ans minimum pour produire du raisin et porter la mention Vacqueyras.

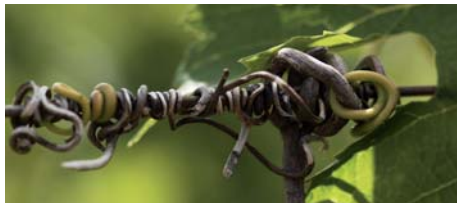
Le principal atout pour Vacqueyras vient de l'équilibre parfait de son terroir composé de terrasses exposées au Mistral, et de sols viticoles exceptionnels, tantôt caillouteux, tantôt argilo-sableux.
Syrah & Grenache, cépages emblématiques de la Vallée du Rhône et de renommée internationale, participent également à la notoriété de ce cru.

La particularité du cru Vacqueyras est d'être reconnu dans les trois couleurs : rouge, rosé et blanc.

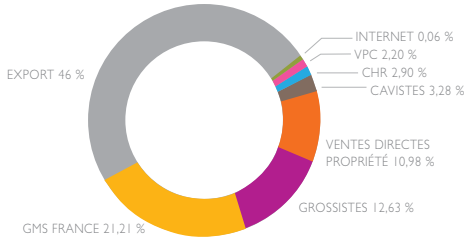
Quelques chiffres…

- Surface de l'aire : **1 690 ha**, délimitation du 22-02-90
- Surface plantée en vigne : **1 391 ha**
- Le rendement : **36hl/ha** (l'un des plus bas de France)
- **200** vignerons répartis de la manière suivante : **130** viticulteurs en caves coopératives, **70** vignerons vinifiant en caves particulières, pratiquant la mise en bouteille et la vente à la propriété.
- **97%** de vins rouges
- Les Vignerons de Caractère produisent **50%** des volumes de l'appellation
- **27 maisons** de négoce commercialisent du Vacqueyras

Un équilibre complet qui se reflète dans les données chiffrées de l'appellation, d'une part pour les réseaux de distribution mais aussi dans le volume de production et en sortie de chais.

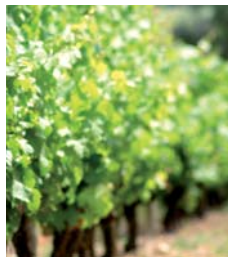


> Répartition des ventes de Vacqueyras en volume



NOTRE ENGAGEMENT POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

"Une sélection de raisins purs et authentiques assemblés dans le respect d'un savoir-faire transmis de génération en génération."



- Notre cave est née d'une volonté de partage voici maintenant plus de 50 ans. 80 familles de vignerons réunies autour de valeurs identiques, une passion pour la terre, un désir de dépassement de soi et une démarche de qualité. Partageant notre savoir-faire pour une vision commune, nous sommes engagés dans le respect de notre terroir, la protection de l'environnement ainsi que le développement durable.

- Nous luttons contre les a priori et les conventions établis dans le monde du vin. Notre originalité se retrouve dans notre franc-parler, dans nos actions de sensibilisation auprès des nouvelles générations, dans notre approche de découverte et de partage avec le consommateur.

- Nous sommes fiers de porter nos racines et notre passion à travers la diversité et la qualité de nos vins, synonymes d'accessibilité, de partage et de plaisir des sens pour le plus grand nombre d'amateurs.

Nos valeurs :
éthique & accessibilité,
famille & partage,
respect & savoir-faire,
originalité &
authenticité.

	VIGNERONS	SALARIÉS	CONSOMMATEUR	ENVIRONNEMENT	TIERS
Nos Engagements	> OFFRIR une rémunération attractive, personnalisée, fonction de la qualité des produits, de la stratégie viticole, mais également fonction du type d'agriculture conduite par le vigneron.	> FÉDÉRER les équipes, faciliter les échanges en interne et développer une relation de proximité.	> PROPOSER des produits sûrs, d'un excellent rapport qualité/prix/plaisir appropriés à chaque instant de consommation.	> ÉCONOMISER les ressources naturelles.	> PARTAGER notre éthique avec nos fournisseurs, l'état, les collectivités et tous les autres organismes avec lesquels nous sommes en relation.
Nos Enjeux	1/ Informer les Vignerons de manière régulière et transparente. > Ouvrir un espace d'écoute personnalisé > Assurer la transparence et l'éthique dans la prise de décisions > Préserver notre potentiel foncier > Apporter une formation de qualité > Associer les vignerons dans le schéma de la vigne au verre	2/ Développer le parcours professionnel des collaborateurs et maintenir un haut niveau d'employabilité. > Rémunérer la performance et motiver > Encourager l'esprit entrepreneurial > Promouvoir la diversité > Favoriser le dialogue social > Une communication interne efficace et ouverte aux échanges > Fournir un environnement de travail sûr et confortable	3/ Répondre aux évolutions des goûts et des modes de consommation. > Garantir la sécurité et le statut «Premium» de nos produits par une qualité irréprochable > Promouvoir une démarche de consommation responsable > Etre à l'écoute > Assurer la transparence et l'éthique du mode d'élaboration des vins > Faciliter la compréhension et la dégustation des vins	4/ Favoriser la diffusion des meilleures pratiques. > Limiter l'impact de notre activité sur l'environnement (économiser l'eau, l'électricité, maîtriser les déchets) > Développer une politique agricole responsable par l'agriculture raisonnée et l'agriculture biologique > Etendre la certification aux exploitations agricoles	5/ S'assurer du respect des règles déontologiques liées au droit du travail. > Garantir le respect des règles éthiques dans nos achats > Faire partager à nos fournisseurs et aux collectivités notre engagement en faveur de l'environnement > Tenir nos engagements
Nos Réponses	- Nombreux moyens technologiques et humains d'information au service des vignerons - Aides à la conversion en agriculture raisonnée ou en agriculture biologique - Une personne dédiée à la communication entre les coopérateurs et l'entreprise	- 6% de la masse salariale ont été consacrés à la formation en 2008 - Réunions - Participations à différents groupes de travail - Entretiens annuels d'évaluation personnalisés - Enquête régulière de satisfaction des salariés - Ouverture d'un blog interne pour échanger avec les salariés - Outils d'information appropriés aux différents services (bulletin d'information, affichage, ...)	- 372 médailles depuis 10 ans dont 74 pour l'année 2008. - Contrôles à tous les stades de fabrication et de stockage. - Politique de certification ISO 9001, IFS et BRC - Charte pédagogique de la consommation responsable - Charte éthique des Vignerons de Caractère - Mise à disposition d'informations sur l'élaboration, les modes de consommation et la dégustation des vins	- En 2008, 100% des exploitations candidates au passage en agriculture raisonnée ont été certifiées - 330 ha qualifiés en agriculture raisonnée avec un objectif de 100% en 2010 - 2007 : obtention de la certification ISO 14001 - Bilan Carbone en cours de réalisation - Politique active d'économie de papier, énergie, électricité et eau, et de gestion des déchets - Programme environnemental monitoré par des indicateurs de progrès - Mise en place du tri sélectif	- Cahier des charges fournisseurs sur le respect de l'environnement et le développement durable - Diffusion de notre charte éthique Vignerons de Caractère auprès de nos fournisseurs et partenaires - Actions de sensibilisation auprès des écoles en rapport à la production viti-vinicole - Mise en place d'une charte des achats responsables.

Les travaux ayant conduit à notre rapport d'activité pour un développement durable 2009

Préliminaires sur l'élaboration de notre rapport de développement durable.
La structure de ce rapport de développement durable dresse le bilan de l'année 2008 et présente les perspectives 2009 selon les 5 dimensions clés de la démarche de développement durable de l'entreprise.

> Champ d'application

Ce rapport couvre l'ensemble des opérations des Vignerons de Caractère sur la période janvier-décembre 2008.

> Référentiel

C'est le référentiel du Global Reporting Initiative qui a permis de guider ce rapport.
Le Global Reporting Initiative (GRI) a été établi vers la fin de l'année 1997 avec pour mission de développer les directives applicables globalement pour rendre compte des performances économiques, environnementales et sociales, initialement pour des sociétés et par la suite pour tout type d'organisation gouvernementale ou non gouvernementale.

NOTRE DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le GRI incorpore la participation active des sociétés, des O.N.G, des organismes de comptabilité, des associations d'hommes d'affaires et d'autres parties prenantes du monde entier. Le GRI propose un référentiel d'indicateurs qui permet de mesurer l'avancement des programmes de développement durable des entreprises. Ce référentiel comporte 150 indicateurs, qui se répartissent de la manière suivante :

- Vision et stratégie (11 indicateurs),
- Profil (22 indicateurs),
- Gouvernance et système de management (20 indicateurs),
- Performance économique (13 indicateurs),
- Performance environnementale (35 indicateurs),
- Performance sociale (49 indicateurs).

> Nos engagements & nos ambitions

- Les Vignerons de Caractère sont adhérents depuis 2007 à la démarche développement durable. Ils ont mis le développement durable au centre de leurs priorités pour préserver l'authenticité de leur terroir et assurer la pérennité de leur entreprise.

- L'entreprise est citoyenne par le respect des droits sociaux, la bonne gouvernance des salariés, la limitation de ses impacts sur l'environnement pour les générations futures et la prise en compte des inquiétudes consuméristes. Durant l'intégralité du cycle de la vigne, les vignerons et les différents experts (œnologues, ingénieurs agricoles) travaillent ensemble.

- Les Vignerons de Caractère ont obtenu les certifications ISO 9001 et ISO 14001 pour leur maîtrise dans la gestion de la qualité et de l'environnement. Ils sont également certifiés par l'IFS (International Food Standard) et le BRC (British Retail Consortium) pour l'hygiène, la sécurité et la traçabilité de leurs produits.

- Investis dans une dynamique de progrès, ils garantissent traçabilité et qualité aux professionnels du vin : HACCP, charte Rhône Méditerranée, agriculture raisonnée, agriculture biologique, schéma directeur de la vigne au verre, outils de pointe (qualiris vision, micro-vinifications, ...).

- Les Vignerons de Caractère déploient des méthodes d'agriculture raisonnée et encouragent les conversions des exploitations vers la culture biologique. Douze exploitations sont déjà qualifiées en agriculture raisonnée dont une en agriculture biologique.

- La coopérative est au cœur d'une démarche de recherches et développements. Depuis 2006, les Vignerons de Caractère se sont dotés d'un outil technologique encore rare : un dispositif d'imagerie numérique permettant de qualifier et d'apprécier la maturité et la qualité du raisin. Plus fiable que l'œil humain, cet outil novateur complète la dégustation et permet des micro-vinifications plus homogènes.

La minimisation de l'impact agricole et industriel sur l'environnement est aujourd'hui une priorité pour les Vignerons de Caractère, qui se sont engagés il y a plusieurs années dans le management environnemental de la vigne au verre garant d'une approche qualitative globale.

- Rémunération à l'hectare / appellation : € / ha
- Progression et comparatif à la moyenne courante.

Moyenne courante € / HA	Rémunération sur récolte : 2006	2007	2008
Vin de Table	2 800	2 884	2 967
Vin de Pays	2 686	2 715	2 746
Côtes-du-Rhône	4 005	4 129	4 293
Vacqueyras	6 951	7 358	7 734
Gigondas	13 695	13 984	14 289
Muscat de Beaumes-de-Venise	18 000	18 225	18 480
Beaumes-de-Venise	7182	7 382	7 577

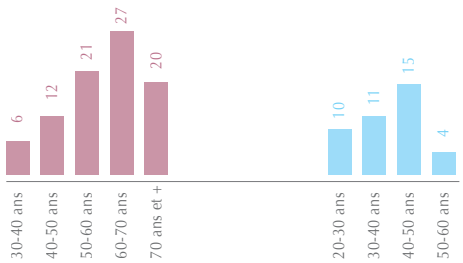
- Entrées / sorties
Nombre de nouveaux adhérents (et le volume associé) et d'adhérents sortants (et le volume associé).

	ENTRÉES Nbre	Volumes	SORTIES Nbre	Volumes
TOTAL 2006	1	946,15	3	340
TOTAL 2007	1	31,81	8	1 472,92
TOTAL 2008	3	231,13	1	353,39

- (GRI LA 13) superficie exploitée par les coopérateurs membres du conseil d'administration : 468 hectares

- (GRI LA 13) pyramide des âges des adhérents.
> L'âge moyen des adhérents de l'entreprise est de 61 ans pour les coopérateurs et de 38 ans pour les salariés.

> Pyramide des âges des coopérateurs



> Pyramide des âges des salariés

- Valeurs managériales
Savoir être et savoir-faire, **10 Valeurs de Caractère** qui illustrent ce que chaque collaborateur doit porter en interne et en externe de l'entreprise.

1/ S'engager
2/ Maintenir et développer la qualité
3/ Viser la satisfaction maximale de nos clients
4/ Développer la culture du résultat
5/ Être force de propositions
6/ Porter l'image et les valeurs de l'entreprise
7/ Respecter l'autre et ses engagements
8/ Développer l'esprit d'équipe
9/ Être un bon communicant
10/ Ne te demande pas ce que notre entreprise peut faire pour toi, mais ce que toi tu peux faire pour l'entreprise. (Source J. F. Kennedy)

- Pratiques managériales de l'entreprise.
Responsables et autonomes, les managers partagent valeurs et engagements pour permettre la réussite collective et le développement de chacun.

Règles d'or du manager :

> LEADERSHIP
> COMMUNICATION
> RESPECT DES AUTRES
> PERFORMEUR
> DÉLÉGATION

- (GRI LA 01) temps de travail moyen ETP
Temps de travail moyen 35 H (1 temps partiel à 80% et 1 apprenti à 60%).

- (GRI LA 04) 100% des salariés couverts par une convention collective.

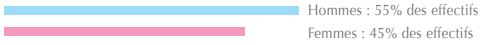
- (GRI LA 01) Répartition des effectifs
- Effectif par catégorie

	Cadres	Maîtrise	Apprentie	OEHQ	OEQ	Non Cadres	TOTAL
TOTAL	12	4	1	8	15	2	40

- Effectif par secteur

	Admin	Cave	Prod/Log	Commerce	Caveau	TOTAL
TOTAL	10	5	8	10	7	40

- Parité Hommes-Femmes tous secteurs confondus



- (GRI LA 02) Entrées / sorties
- Mouvement du personnel

Contrat à Durée Indéterminée

> Entrées 2008 : 6 personnes dont :
5 créations de poste et 1 remplacement.

> Sorties 2008 : 1 personne, départ en retraite.

- (GRI LA 12) Les évolutions du salaire de base (hors ancienneté, évolution du point)
> 25% des salariés ont bénéficié en 2008 d'une évolution du salaire de base individuelle.

- (GRI LA 12) Evolution de l'effectif

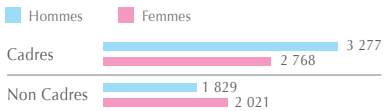
> **Une réelle stratégie d'expansion**
En 5 ans les Vignerons de Carcatère sont passés de 18 à 40 salariés

- (GRI LA 12) L'entretien d'évaluation
> 100% des salariés présents depuis au moins un an bénéficient d'un entretien d'évaluation.

L'entretien annuel d'évaluation
Il a pour objectifs :
> d'évaluer l'atteinte des objectifs spécifiques de l'année écoulée
> d'effectuer conjointement le bilan de l'année et formuler une appréciation globale
> de permettre l'identification des points forts et des axes d'amélioration pour l'année à venir
> de définir et formaliser les objectifs à atteindre pour l'année à venir

- (GRI LA 02) Budget Formation (Pourcentage de la masse salariale)

- (GRI LA 14) > SALAIRE MOYEN BRUT DE BASE 2008



> AIR

- Nombre de bilans carbone et de plans d'actions réalisés sur les exploitations.

> 2 bilans carbone ont été réalisés

> 1 plan d'action en cours d'élaboration axé sur les 3 postes les plus importants du bilan carbone :

- Les énergies internes
- Le déplacement des personnes
- Les matériaux entrant hors emballages

- Objectifs de réduction de gaz à effet de serre sur les exploitations.

> les objectifs de réduction seront déployés courant 2009, après étude des résultats des bilans carbone sur les exploitations.

- Réalisation du bilan carbone de l'entreprise

> Bilan carbone réalisé à 60%

- Objectifs de réduction de gaz à effets de serre sur l'entreprise

> Les axes prioritaires seront sur le packaging avec pour objectifs de diminuer le fret fournisseur, le frêt sortant ainsi que la partie liée aux matériaux entrants
(selon la méthode ADEME).

> ÉNERGIE

- Consommation de fuel, d'électricité et d'énergie indirecte (entreprise) : 30.43 kwh/ hL.

> DÉCHETS

- Quantité de déchets recyclés tonnes de déchets recyclés par million de col produit.
(pris en compte : verre = 23.46t, cartons = 27.35t, plastiques = 5.73t, bois = 2.13t + déchets informatiques = 0.16t + solution de détartrage pour récupération du tartre = 15t)
= 73.83 t recyclé sur 89.3 t de déchets
> 82.7% des déchets sont recyclés

> IMPACT PAYSAGER

- Raccordement à des chartes locales

> En 2007, 68% des exploitations sont entrées dans le cadre de la Charte Rhône Méditerranée.

> BRUITS & ODEURS

- Nombre de plaintes bruits / odeurs = 0

NOTRE DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

> EAU

- Consommation eau / vin produit.

> 1.6 L eau / L vin (indicateur entreprise)

- IFT (Indice de Fréquence de Traitement)
Nombre moyen de traitement = 6,97 en 2008
5 en 2007
Ce résultat est du aux contraintes météorologiques très exceptionnelles de 2008 qui ont nécessité une augmentation du nombre de traitement afin de protéger les raisins.
Cet indicateur est particulièrement important et nous y apportons un très grand suivi car il est le reflet de notre objectif de diminuer l'apport de pesticides dans nos exploitations.

- *(GRI EN 21) Quantité d'effluents rejetés* (quantitatif entreprise) : 7221 m^3.

- *(GRI EN 21) Charge organique des effluents rejetés* (qualitatif entreprise) en moyenne sur l'année.

> Sur 2008 :

- Période de soutirage (mars/avril) = 21.45kg/jour de DBO5 (Demande Biochimique en Oxygène sur 5 jours).
- Période de vendange (septembre/octobre) = 101,5 kg / jour de DBO5. *Valeurs basées sur les 2 analyses réglementaires faites en 2008, il ne s'agit pas de moyenne.*

- Exemples de partenariats

- Festival de Blues (Avignon, Carpentras, Althen)
- Toutes les associations de Vacqueyras (loto, mots-croisés, école...)
- Sponsoring : Jambes de Bacchus.
- Actions / Dons : Choristes, festival de la chanson & Fête de la Vigne et du Vin.

- Nombre de foyers dépendants économiquement de la cave

- 80 familles de coopérateurs
- 40 familles de salariés

- Distance moyenne domicile – travail en 2008
= 16 km (étendue de 0.3 à 100km)
Pour les Vignerons de Caractère, embaucher des personnes du village et des alentours est une priorité. Dans une logique de développement durable il est essentiel de s'intégrer au mieux dans son bassin d'emploi.

> 19% des salariés habitent à moins de 5 kms de l'entreprise.

> 91.9% des salariés habitent à moins de 30 kms de l'entreprise.

> Les salariés qui viennent à pied ou en vélo dans plus de 70 % des cas représentent 8% de l'effectif total.

NOTRE DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

MISE EN ÉVIDENCE D'ÉLÉMENTS ÉCONOMIQUES EN RELATION AVEC LE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

- (GRI EC 4) Subventions et aides publiques significatives reçues en 2008 : 35 917 €

- Ratio endettement / capacité d'autofinancement
CAF/ Endettement (2007) = 11%

- Volumes représentés par les 5 plus gros acheteurs

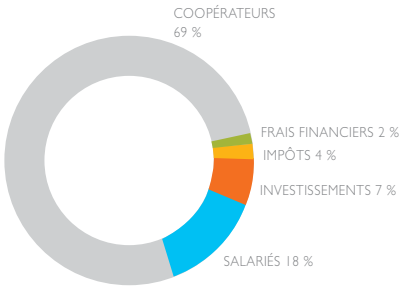
> 5 plus gros acheteurs GD représentent 4.6% du CA total.

> 5 plus gros acheteurs Hors GD représentent 24.35 % du CA total.

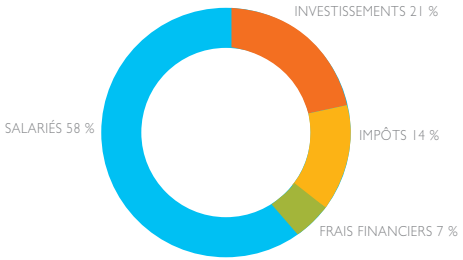
- (GRI EC 1) Répartition de la valeur ajoutée

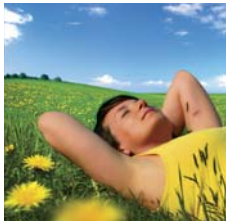
- Partage de la valeur ajoutée (actionnaires, salariés, investissements, placements, …)

> Répartition VA avant rémunération coopérateurs



> Répartition VA après rémunération coopérateurs





- Montant des dépenses liées aux investissements environnementaux.

> BUDGET DD 2008

IMMATÉRIEL	€ HT
Étude optimisation énergétique compression d'air	1 580
Étude d'opportunité énergétique (Diag Optimia d'EDF)	1 000
Étude Eau (EKOS Ingénierie)	5 050
Étude Foudre	2 400
Formation & Atelier Développement Durable ICV	4 961
Certification ULASE Agriculture Raisonnée	5 070
Veille Réglementaire Environnement	1 200
Stagiaire Agriculture raisonnée (3 mois)	2 325
SOUS TOTAL	**23586**

MATÉRIEL	
Réfection isolation toiture partie 2	57 000
Réfection cuve (hygiène + économie eau)	103 849
Mise en place d'une zone de piégeage des eaux sales	
au niveau des parkings	15 460
SOUS TOTAL	**176 309**
TOTAL	**199 895**

- Incitation à une consommation responsable :
Les Vignerons de Caractère encouragent une consommation responsable auprès des consommateurs et d'un large public. Des actions de sensibilisation sont engagées dans leur espace dégustation-vente ainsi que sur leur site Internet à travers une charte incitant à la modération, au recyclage et aux actions participant au développement durable. Les habillages de toutes les cuvées reprennent ces principes grâces à différents pictogrammes ou mentions de prévention.

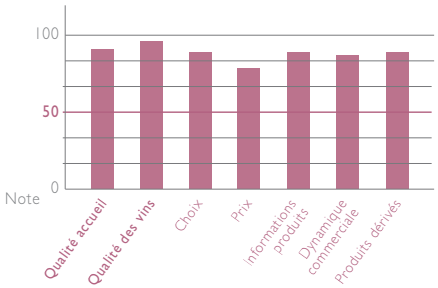
> Cahier des charges fournisseurs

> Charte de la consommation responsable, diffusion aux consommateurs dans l'espace de vente et sur le site Internet

> Charte pour un comportement responsable en entreprise, diffusion aux salariés de l'entreprise

> Pictogrammes et mentions informant le consommateur sur les habillages.

- (GRI PR 05) Résultats des enquêtes de satisfaction clients



***- (GRI PR 05) Augmentation / diminution des réclamations clients liées au produit* (hors casse transport...).**
Taux d'insatisfaction = nombre de réclamation sur l'année / nombre de commande sur l'année = 202/6793 = 2.97%
L'objectif étant d'être inférieur à 3%
2008 : 2,97%
2007 : 2,97%

NOTRE DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

À travers leur engagement de faire partager leur éthique les Vignerons de Caractère répondent a plusieurs enjeux :

> S'assurer du respect des règles éthiques liées au droit du travail

> Faire partager aux collectivités notre engagement en faveur de l'environnement

> Diffuser à leurs fournisseurs un cahier des charges en faveur de la protection de l'environnement et du respect des droits du travail international

>Assurer aux salariés une sensibilisation aux principes universels

> Tenir nos engagements.

L'entreprise est citoyenne par le respect des droits sociaux, la bonne gouvernance des salariés, la limitation de ses impacts sur l'environnement pour les générations futures et la prise en compte des inquiétudes consuméristes.

Dans les locaux des Vignerons de Caractère sont affichés plusieurs textes concernant le respect des droits de l'homme, de l'enfant, de la femme, un texte concernant le code pénal sur les discriminations et plusieurs autres textes sur le code du travail traitant du harcèlement, de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes.
Les Vignerons de Caractère soutiennent et appliquent un ensemble de valeurs fondamentales, dans les domaines des droits de l'homme, des normes de travail et de l'environnement et de lutte contre la corruption.

DROITS DE L'HOMME

Les Vignerons de Caractère respectent la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence. Les Vignerons de Caractère veillent à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme.

DROIT DU TRAVAIL

- Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.
- L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.
- L'abolition effective du travail des enfants
- L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.

ENVIRONNEMENT

- Les entreprises sont invitées à appliquer le principe de précaution face aux problèmes touchant l'environnement.
- À entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement
- À favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

- Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

VIGNERONS DE CARACTERE
Route de Vaison-la-Romaine
84190 Vacqueyras
Tél. : 04 90 65 84 54
Fax : 04 90 65 81 32
www.vigneronsdecaractere.com
contact@vigneronsdecaractere.com

- Merci à tous ceux, collaborateurs et partenaires des Vignerons de Caractère, qui ont contribué à la réalisation de ce rapport.

- Votre avis nous aide à progresser : N'hésitez pas à nous faire partager vos commentaires, vos remarques et suggestions à l'adresse suivante : contact@vigneronsdecaractere.com
> La version électronique du rapport 2009 Vignerons de Caractère, entreprise responsable est disponible sur le site Internet www.vigneronsdecaractere.com