LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES peut faire peur avec son jargon et ses grands principes mais la démarche recouvre des actions très concrètes tout en obligeant à définir des stratégies pour l'avenir.

La RSE prend racine dans la filière vin

La responsabilité sociétale des entreprises s'est installée dans la filière viticole depuis plus d'une décennie sous l'impulsion de quelques acteurs. Face aux défis à relever, cette démarche pourrait s'accélérer.

La RSE peut se définir comme la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable. Elle repose sur trois piliers considérés comme indissociables : le social, l'environnemental et l'économie. Elle a pris son envol en 2010, au départ pour les grandes entreprises cotées en Bourse. Dans la filière vin où plusieurs interprofessions et entreprises se sont emparées du sujet, un pas a été franchi en 2015, lorsqu'un guide RSE a été rédigé par une pluralité d'acteurs sous l'impulsion d'Inter Oc. Il décline pour le secteur la norme internationale ISO 26000 définissant la RSE. L'approche globale qu'implique la RSE la distingue d'autres démarches et rejoint les problématiques actuelles de la filière.

DÉFINIR DES STRATÉGIES D'ENTREPRISES PÉRENNES

La RSE est-elle une grande page blanche où chacun projette ce qui l'arrange ? Pas pour Sébastien Narjoud, consultant qualité & développement durable à l'ICV. « *Sa plus grande vertu est de se poser les bonnes questions, de faire les choses en conscience. Ça s'appuie sur des vraies valeurs.* » Selon lui « *grâce à sa dimension globale, la RSE ne peut pas être considérée comme une mode* ». Toute démarche repose sur un diagnostic préalable. « *Ce n'est pas un alignement de pratiques qui fait la RSE,* prévient Yann Chabin, expert RSE. *Il faut comprendre ce qui fait partie des priorités, identifier les parties prenantes, valoriser les actions par la communication et être en capacité de mesurer des résultats.* » Il souligne la nécessité de « *prendre conscience de tous les enjeux qui peuvent contrarier ou encourager la pérennité de l'entreprise* ». L'approche trouve une application quelle que soit la taille de l'entreprise ou organisation. « *Il y a un panel d'actions extrêmement vaste,* souligne Linda Filone, responsable RSE d'Inter Oc. « *La RSE c'est avant tout un changement culturel* », résume Élisabeth Laville, directrice du cabinet Utopies.

Se labelliser ou pas

La RSE n'est en soi pas un label. Les acteurs qui s'y engagent proposent des guides, tel l'UMVin en 2018. Mais différents labels se sont créés à partir de la norme ISO 26000. Certains proposent une autocertification. Yann Chabin, expert RSE, plaide, lui, pour la nécessité « *d'un juge de paix externe* », pour plus de crédibilité. Le label Engagé RSE, développé par l'Afnor, certifie aujourd'hui plus de 200 entreprises. Le label Vignerons engagés le décline pour la filière vin. L'association Terra Vitis travaille à l'évolution de son cahier des charges vers un label RSE. La labellisation RSE peut être crée par une interprofession à l'image de « Bordeaux cultivons demain » activée en 2021 par le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux. Il ambitionne de labelliser 60 % de la surface du vignoble d'ici 2030.

PHOTO : J. ROMMÉ/STOCK.ADOBE.COM

AUGMENTER L'ATTRACTIVITÉ DES EMPLOIS ET LA MOTIVATION

La faculté d'un projet RSE pour fédérer les salariés est attestée par nombre de professionnels. Pour Sébastien Narjoud de l'ICV, l'implication des collaborateurs est même une condition majeure d'efficacité. D'où l'importance de communiquer en interne. Face aux difficultés de recrutement de la filière, la RSE améliore l'attractivité. *« Une entreprise engagée en RSE, c'est un signe que la notion de qualité de vie au travail va être prise en compte »*, estime Iris Borrut, directrice de Vignerons engagés, qui a conçu un label RSE spécifique à la filière vin. L'organisation a par exemple mis au point un questionnaire pour que ses adhérents puissent disposer d'un baromètre social, et éventuellement se comparer.
Dans une étude Afnor/BVA menée en 2019 auprès de professionnels engagés en RSE, ceux ayant plus de huit ans d'ancienneté dans la démarche estiment à 54 % que ça leur a permis d'embaucher.

RASSURER LES CONSOMMATEURS

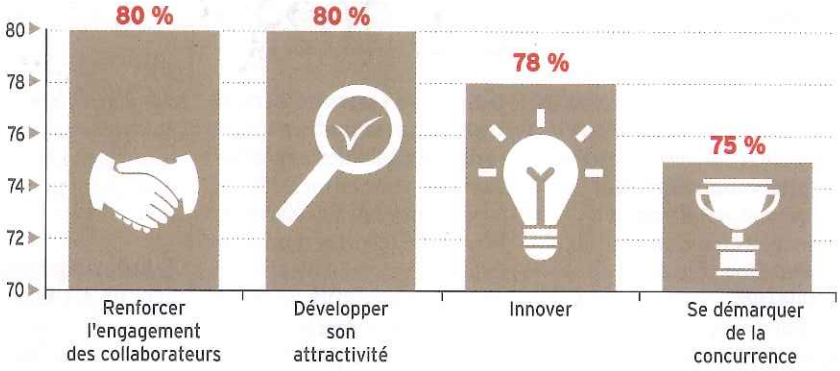
« Toutes les études le disent, les consommateurs sont de plus en plus exigeants et veulent des engagements assortis de preuves », constate Linda Filone. Confirmation avec le 14e baromètre de la Consommation responsable de GreenFlex et de l'Ademe publié en mai 2021 : les Français sont 64 % à faire davantage confiance aux marques qui leur proposent des produits durables et 74 % à dire qu'ils aimeraient avoir plus d'informations sur l'impact environnemental et sociétal des produits qu'ils achètent. Linda Filone observe que le consommateur est de plus en plus exigeant sur l'emploi local, l'environnement ou encore les conditions de travail, autant de thématiques balayées par la RSE.

APPORTER UNE VALEUR AJOUTÉE POUR SE DIFFÉRENCIER

« Nos vins sont très valorisés à l'international mais si on ne revendique pas des éléments extra-financiers, qu'est ce qui va nous différencier de la concurrence ? », interroge Sébastien Narjoud de l'ICV. La RSE permet donc de se distinguer. S'appuyant sur le label Vignerons engagés qu'elle vient d'obtenir, Aurélie Bertin, à la tête du Château Sainte-Roseline et du Château des Demoiselles, n'a pas hésité à présenter sa démarche dans un webinaire s'adressant aux professionnels américains, insistant sur le volet bien-être au travail et environnement. Intitulé « Vins de Provence : le rosé leader d'aujourd'hui et de demain ? », le webinaire était coorganisé par le magazine *Wine Enthousiast* et le Comité interprofessionnel des vins de Provence. L'attente d'engagement des marques par les nouvelles générations de consommateurs de vin y a été soulignée. D'autres vignobles se saisissent de la RSE. Yann Chabin cite l'exemple du vignoble de Sonoma en Californie où 100 % des producteurs sont certifiés durables. Il évoque aussi le Chili qui grâce à des rapports de développement durable gagne des marchés.

PRINCIPAUX BÉNÉFICES DE LA RSE

Cette démarche RSE a-t-elle permis à votre organisation de ... ?



Étude Afnor/BVA, réalisée en sept-oct 2019 auprès de 408 professionnel.le.s en charge d'une démarche RSE pour le compte de leur organisation.

ENCLENCHER UNE DYNAMIQUE ENTRE TOUS LES ACTEURS

« Aujourd'hui on arrive à une phase intéressante où les acteurs ont compris la nécessité d'un dialogue et d'un engagement avec les fournisseurs pour que la RSE fonctionne », se félicite Yann Chabin. L'identification des acteurs impliqués par l'activité de l'entreprise (les parties prenantes) étant au cœur de la RSE, l'évolution est logique, d'autant que la filière vin intègre toutes les phases, de la vigne au produit final. En 2021, Inter Oc a fait de la sensibilisation de l'aval un axe fort de sa stratégie RSE. *« On entraîne les metteurs en marché et les distributeurs à intégrer du sociétal »*, explique Linda Filone. Il peut s'agir par exemple d'inciter à mettre en place un recyclage de bouchons de liège.
Depuis l'été dernier, Vignerons engagés intègre des collèges fournisseurs, distributeurs, négociants et partenaires. Le collectif ambitionne d'être *« un réseau RSE de la filière vin »*. L'intégration est majeure par exemple pour développer concrètement l'écoconception. *« Les vignerons peuvent remonter leurs attentes aux fournisseurs. À travers un collectif, ils ont plus de poids »*, indique Iris Borrut.

INNOVER ET GAGNER EN PERFORMANCE

La RSE est basée sur un principe d'amélioration continue. *« On peut toujours trouver matière à progresser »*, encourage Iris Borrut. Se lancer dans des démarches pour économiser l'eau et l'énergie, alléger les bouteilles, réduire ou recycler ses déchets, réduire la pénibilité... permet de gagner en efficacité. Iris Borrut pointe aussi l'avance prise sur les réglementations appelées à devenir toujours plus strictes face aux enjeux climatiques et aux engagements officiels à atteindre. Parmi ces problématiques à anticiper pour ne pas en subir les conséquences négatives, Yann Chabin identifie l'alcool comme un enjeu majeur que la filière vin doit intégrer encore plus. *« La RSE permet d'être en capacité de répondre. »*
L'effet de la démarche sur les performances se mesure après plusieurs années. Parmi les 400 professionnels engagés RSE interrogés par l'étude Afnor/BVA de 2019, ceux ayant plus de huit ans d'engagement sont 49 % à considérer que, grâce à la RSE, leur entreprise a renforcé sa rentabilité et 44 % qu'elle a développé son chiffre d'affaires. *« Demain les banques demanderont un diagnostic RSE comme garantie de la faculté d'une plus grande résilience de l'entreprise »*, pronostique Yann Chabin.

CATHERINE GERBOD