



Unité Mixte Technologique VINITERA

VINs, INnovations, ITinéraires, TERroirs et Acteurs

Comprendre comment se construit la typicité d'un vin, tel est l'objectif de recherche de l'Unité Mixte Technologique VINITERA

Contexte et enjeux socio-économiques de l'UMT VINITERA

Un des soucis majeurs des producteurs de vins français est le positionnement de leur offre sur le marché. Une des manières d'y parvenir est de mieux comprendre comment se construit la typicité d'un vin, typicité qui dans la filière viticole est souvent définie comme l'expression caractéristique du produit en lien avec son terroir. Pour ce faire, il est nécessaire de se replacer dans le contexte de la notion de « terroir » au sens large, dans laquelle on considère à la fois les facteurs naturels du milieu, les facteurs biologiques liés au végétal ainsi que les hommes qui élaborent le produit. Le système inclut alors un territoire dans lequel des exploitants mettent en œuvre des pratiques et développent des stratégies en collaboration avec des élaborateurs et des metteurs en marché.

Historique de l'UMT VINITERA

L'Unité Mixte Technologique VINITERA, a été labellisée en juillet 2006. Elle regroupe des personnels d'organismes de recherche (INRA-UEVV Angers), de l'enseignement supérieur (ESA-Laboratoires GRAPPE et LARESS) et du développement (Institut Français de la Vigne et du Vin, Pôle Val de Loire-Centre et l'Association Cellule Terroirs Viticoles) autour d'un programme de recherche commun intitulé « **Construction de la qualité des vins de terroir, des producteurs aux consommateurs** ».

Projet scientifique de l'UMT VINITERA

Ce programme s'articule autour de trois projets de recherche et d'un projet de transfert-valorisation développés dans le cadre de la phase I (août 2006 – août 2009) et de deux axes dans le cadre de la phase II (début septembre 2009).

DESCRIPTION DES PROJETS DE L'UMT VINITERA

Phase I

1) Caractérisation de la vendange et du vin : mise au point de méthodes innovantes

- **Détermination de la qualité et de l'état de maturité du raisin :** L'objectif de cette action est de mettre au point des méthodes et des outils innovants d'analyse de la qualité des raisins et des vins, utilisables dans les autres actions et transférables aux acteurs.
- **Renouvellement de l'approche méthodologique de l'analyse sensorielle :** Nouvelles méthodes d'analyses sensorielles utilisables par les professionnels du vin, notamment dans les instances de caractérisation des vins et de leur typicité.

2) Qualification des vins : Étude du lien Terroir –Typicité

- **Critères d'identification des produits typiques :** Mise en évidence des caractéristiques et des savoirs permettant de définir la typicité d'un vin, en recherchant des critères d'appartenance et de distinction.
- **Analyse des pratiques dans les schémas d'élaboration de vins typiques :** Analyse des pratiques agroviticoles et œnologiques mises en œuvre par les producteurs au regard des facteurs environnementaux des terroirs.
- **Construction de la typicité/offre :** Formalisation des divers savoirs et savoir-faire mis en œuvre dans la conduite des processus. Lien entre pratiques, savoirs, apprentissages et stratégies.
- **Construction de la typicité/demande :** Analyse de groupes cibles de consommateurs. Préférence sensorielle et typologie sociologique.

3) Approche sociologique de la construction d'un bassin de production

- Approche sociologique réalisée par l'analyse des acteurs et systèmes d'acteurs au niveau des territoires.

4) Etude de l'impact et du transfert des innovations

- Cet aspect concerne l'effet innovant des études intégrées sur les terroirs viticoles et les stratégies des acteurs sociaux pour la valorisation des terroirs.





Description des Axes

Phase II

Face aux changements, liés à la fois à la réglementation (Grenelle de l'environnement) et/ou aux changements des référentiels (Appellations d'Origine Protégée (AOP), Indications Géographiques Protégées (IGP)), au contexte sociétal, face à la consommation d'alcool et à des produits respectant l'environnement et la santé humaine (des producteurs et des consommateurs, eux-mêmes), les projets proposés, dans le cadre de la phase I, ont évolué, afin d'aider à une meilleure segmentation des vins et de leur positionnement sur les marchés. Ainsi, **deux axes sont nouvellement définis**, en reprenant d'une part une partie des actions entreprises dans la phase I et d'autre part, en proposant de nouvelles actions répondant aux éléments du contexte, définis précédemment :

Axe 1 - Quelles perceptions du vin et de son image par les producteurs, metteurs en marché et consommateurs ? Vins, agrément, notoriété, typicité, perceptions sensorielles, paysagères et environnementales.

Axe 2 - Quels itinéraires sociotechniques durables pour des vins produits avec la revendication d'un lien au terroir ou d'une identité territoriale ?

Axe 2.1 - Quelles conditions pour la durabilité économique et sociale des systèmes de production à différentes échelles ? Liens socioprofessionnels, modèle d'exploitation et de bassin.

Axe 2.2 - Quelles maturités pour quels vins ? Pratiques, maturités, qualité, typicité.



Résultats attendus

Cette démarche dynamique d'affirmation de la typicité, confrontée à l'attente des consommateurs, devrait permettre aux producteurs de mieux expliciter le lien du produit au terroir et de communiquer plus efficacement.

Ce projet mis en œuvre sur un bassin de production porte en lui-même une forte généralité, car il a vocation à s'appliquer à d'autres régions de production et à d'autres filières, chaque fois qu'il s'agit de promouvoir des produits d'AOP ou d'IGP en faisant valoir leurs caractères d'authenticité, d'originalité et d'unicité.

Cette démarche permettra d'une part, d'apporter une aide à la caractérisation des produits ainsi qu'à la définition de leur identité et d'autre part, une aide à la construction d'une segmentation des vins et à un meilleur positionnement sur le marché grâce à une meilleure prise en compte de l'attente des consommateurs et à une communication adaptée au produit.



Contacts

Laurence Guérin - Institut Français de la Vigne et du Vin Pôle Val de Loire-Centre. Tél. : 02 47 88 24 20 - laurence.guerin@vignevin.com

Gérard Barbeau - INRA Unité Vigne et Vin Centre d'Angers. Tél. : 02 41 22 56 60 - gerard.barbeau@angers.inra.fr

Frédérique Jourjon - Ecole Supérieure d'Agriculture d'Angers. Tél. 02 41 23 55 17 - f.jourjon@groupe-esa.com

Etienne Goulet - Cellule Terroirs Viticoles. Tél. : 02 41 22 56 77 - etienne.goulet@vignevin.com