

Appropriation de la notion de terroir et d'AOC par des futurs professionnels des filières viticoles internationales

Integration of the AOC and terroir concepts by future professionals of the international wine sector

Christel RENAUD*, Alain PAINEAU, Chantal MAURY, Frédérique JOURJON

UMT VINITERA, ESA, Laboratoire GRAPPE
55 rue Rabelais, BP 30748, 49007 Angers Cedex 01 - France

*Corresponding author: c.renaud@groupe-esa.com

Summary

A survey has been conducted on 32 students and 25 former students of 28 nationalities of an international master course training executives of the international Wine sector. They were asked about their perception of the concept of terroir, its potential application in their professional life and home country and the link they make between European viticulture and terroir. Two analysis were conducted: comparison pre-post terroir module on a same population and a descriptive analysis of two populations post terroir module: students and graduates. The following of the course increased the richness of the definition of terroir given, from environmental and technical factors to the inclusion of the interactions and historical and social factors. According to them, the notion of terroir is or will be applied in their professional life mainly for commercial differentiation or to improve the quality of wine through adapted cultural practices. European viticulture is seen as traditional and mainly "of terroirs", but the persons surveyed consider that other wine regions in the world develop "terroir" viticulture. Coming from all other the world, they consider the application of terroir concept in their mother country as a means of differentiation of the products or improvement of cultural practices, but without taking an existing appellation system as model.

Mots clés: terroir, formation, international, viticulture européenne

Introduction

Les notions de terroir et d'indication d'origine sont des notions traditionnelles en Europe mais le concept de terroir reste complexe et interpelle la majorité des professionnels du vin issus des « nouveau pays producteurs ». Il est intéressant de mesurer quel est le niveau de perception et de connaissance de ces deux concepts par de futurs professionnels impliqués dans les filières viticoles internationales et quel peut être l'impact de la formation ou de messages scientifiques autour de ces notions. C'est l'objectif du travail présenté ici, réalisé dans le cadre d'une formation de Master International (Master International Vintage : formation en viticulture, œnologie, terroirs viticoles, économie et marketing du vin). Au cours de cette formation, les notions relatives au terroir viticole sont abordées en début de première année dans un module spécifique de trois semaines et demie. Là, de nombreuses définitions du terroir sont évoquées comme celles proposées par Morlat (2001), Laville (1993), ou Hinneinkel (2004) et Casabianca et al. (2006), ainsi que toutes les notions scientifiques, techniques, organisationnelles et stratégiques ayant trait à cette question.

Matériel et méthode

Les informations ont été récoltées par une enquête auprès d'étudiants et de diplômés du Master. Les questionnaires ont été remplis deux fois par les étudiants de première année pendant leur cycle, avant les cours du module et après le module, et une fois par des étudiants de deuxième année et par des diplômés (figure 1). Les questionnaires étaient rédigés en français ; l'enquête était libre de répondre en français ou en anglais. Il était demandé de ne pas se documenter ou reprendre ses cours pour rédiger ses réponses. 77 questionnaires ont été remplis par 57 enquêtés, soit 50% de la population totale d'étudiants et anciens élèves.

Le questionnaire se composait de 21 questions ouvertes, de 7 questions à choix multiples et d'un tableau. Le questionnaire était organisé en trois thèmes successifs. Le premier thème permettait d'obtenir des informations sur l'étudiant lui-même, notamment son pays, sa formation d'origine et son projet de carrière. Ce premier thème a servi à définir les différentes populations d'enquêtés. Le second thème concernait la notion de terroir et ses applications, ainsi que la vision de la viticulture européenne par les enquêtés. Le troisième thème portait sur les systèmes d'indications géographiques. Seules les questions permettant de montrer des résultats notables seront analysées ici.

Les questionnaires remplis ont été exploités en utilisant le logiciel d'enquête QuestionData6.3 (Grimmer Logiciels, France). Afin de pouvoir comptabiliser les réponses et effectuer des tris. Les réponses rédigées données par les enquêtés ont été codées, pour cela, les réponses recouvrant une même notion ont été regroupées dans une même modalité de réponse. Pour les questions relatives à la définition du terroir, un second codage des réponses a été réalisé en utilisant les termes de la définition proposée par F. CASABIANCA et al. (2006) afin de pouvoir comparer les réponses données spontanément par les enquêtés à cette définition prise ici comme référence.

La première analyse de cette enquête a consisté en une observation et comparaison au moyen de tris à plat des réponses données par la populations d'étudiants de première année du master avant leur module de formation sur les terroirs viticoles (VM1 pré terroir) avec celles données par ces mêmes étudiants deux semaines après la fin du module concerné (VM1 post terroir). (figure 1)

La seconde analyse porte sur deux populations « post module terroir » : l'ensemble des étudiants ayant suivi le module terroir (Etudiants post terroir) et les diplômés du Master International Vintage (Diplômés) (figure 1). L'observation des réponses au moyen de tris à plat est suivie d'une analyse en fonction des origines géographiques et du projet de carrière des personnes par tris croisés.

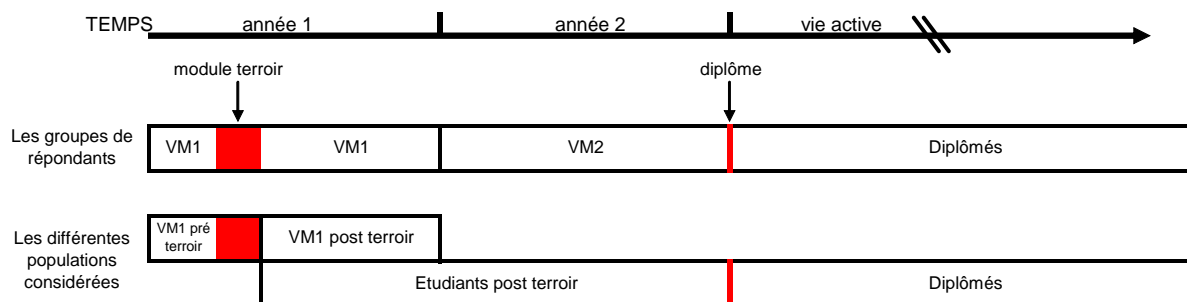


Figure 1 Découpage de la population d'enquêtés en sous-populations.

Légende :

VM1 : étudiants Vintage Master 1^{ère} année

VM2 : étudiants Vintage Master 2^{ème} année

VM1 pré terroir : les étudiants Vintage Master 1^{ère} année avant le module terroir

VM1 post terroir : les étudiants Vintage Master 1^{ère} année après le module terroir

Etudiants post terroir : VM1 post terroir auxquels on ajoute les étudiants en seconde année (VM2)

Diplômés : les anciens étudiants diplômés du Master International Vintage

Résultats et discussion

Caractérisation des populations étudiées

Parmi les enquêtés, 83% sont de formation initiale technologique ou scientifique, les autres de formation commerciale et 72% avait un lien avec les filières vitivinicoles avant le début du Master International Vintage. 28 nationalités sont représentées au total. Le tableau 1 nous montre que la constitution des populations est différente en terme d'origine géographique : les deux premières sont identiques puisqu'il s'agit des mêmes étudiants (VM1 pré terroir et VM1 post terroir), la troisième (étudiants post terroir) est proche de la première mais avec une proportion d'étudiants d'Europe centrale et orientale supérieure. La dernière (diplômés) est majoritairement constituée de français (60%). Les projets de carrière ont varié pour les étudiants VM1 entre les deux enquêtes, il semble, en observant les quatre populations, que, plus on avance en temps, moins les personnes souhaitent s'orienter vers des postes en production, au profit des postes commerciaux pour les étudiants et des postes de direction, gestion pour les diplômés.

Populations	%	VM1 pré terroir	VM1 post terroir	Etudiants post terroir	Diplômés
Nationalité	pays non viticoles	5	5	9	8
	pays du nouveau monde	21	21	31	12
	Europe centrale et orientale	26	26	22	8
	Europe de l'ouest sauf France	11	11	6	8
	France	11	11	9	60
	pays émergents en vitiviniculture	26	26	22	4
Activité actuelle ou souhaitée	technique et production	40	27	21	17
	commerce et business	53	47	42	17
	direction et gestion	13	0	19	58
	enseignement, recherche et consultance	13	27	19	21
	autre, ne sais pas, ne se prononce pas	47	47	42	17
Effectifs de la population		19	19	32	25

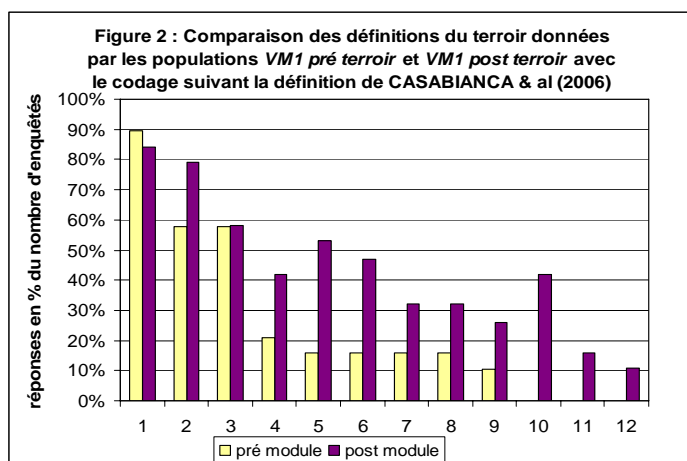
Tableau 1 Caractéristiques des populations considérées dans l'étude.

Comparaison pré-post module de formation « terroir » sur un groupe de 19 étudiants.

La définition du terroir donnée spontanément par les étudiants avant le module comporte en moyenne 3,4 notions distinctes, ce nombre passe à 5,3 après le module.

Les notions définissant le terroir viticole les plus citées au départ sont : l'espace géographique, les facteurs pédoclimatiques, les itinéraires techniques ayant un effet sur le vin (le produit n'est pas toujours cité de manière explicite). Suite au module, la définition s'enrichit principalement des aspects humains et historiques, de la notion d'interaction entre les facteurs, et la notion de typicité ou d'authenticité du produit s'affirme pour 1/3 des répondants, la notion d'espace délimité apparaît, et le rôle du matériel végétal est pris en compte. Nous verrons par la suite que ces résultats ne sont pas le fait d'acquis éphémères, puisque ces notions se retrouvent chez les diplômés.

Si l'on observe les réponses données spontanément à travers le prisme de la définition de CASABIANCA & al. (2006) (figure 2), il apparaît que les notions d'espace délimité, de communauté humaine, de savoir faire collectif issu de l'histoire ainsi que de notoriété ne sont pas envisagées avant la formation. Suite au module, certains se sont appropriés ces notions en les incluant dans leur définition, principalement les notions et de savoir faire collectif issu d'une histoire, ainsi que de lien au produit obtenu et d'interaction entre les facteurs.



Légende:

- 1) Facteurs physiques du milieu
- 2) Itinéraires socio-techniques
- 3) Espace géographique
- 4) Système d'interactions
- 5) Savoir-faire collectif issu de l'histoire
- 6) Pour un bien originaire de cet espace
- 7) Confèrent une typicité
- 8) Facteurs biologiques du milieu
- 9) révèlent une originalité
- 10) Dans lequel une communauté humaine
- 11) Espace géographique délimité
- 12) aboutissant à une réputation

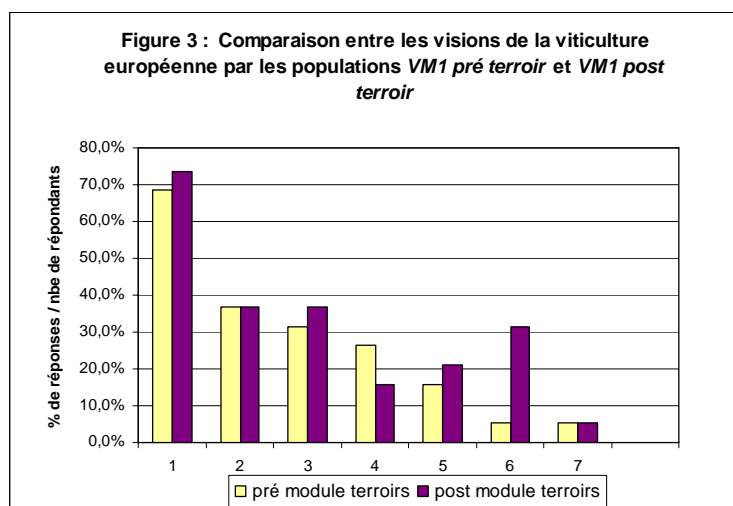
A la question de l'application de la notion de terroir dans leur future activité professionnelle, la réponse première pour la moitié des répondants est « comme outil de différenciation commerciale » la seconde étant « afin d'adapter au mieux les techniques de production ». Ceci varie peu suite à la formation, par contre apparaît pour 28% des étudiants une notion peu citée en pré-module : « prévoir ou donner une typicité au vin produit ».

L'application envisagée pour leur pays d'origine est du même ordre (excepté pour les pays non producteurs) les réponses changent peu suite à la formation. Il s'agit d'adapter les pratiques culturelles pour la production de vins de qualité (plus de 40%), de promouvoir certains vins (un peu moins de

30%) et un nombre significatif d'entre eux (24 puis 37%) pense intéressant que soient créés des systèmes de reconnaissance fondés sur le terroir ou que soient gérés ou refondés des systèmes déjà existants.

Le terroir, même s'il est vu par la moitié du groupe comme une notion à utiliser pour une différenciation commerciale, est aussi clairement vu comme avantage concurrentiel par 80% des répondants, ce propos est nuancé après la formation, puisque 39% des personnes répondent « oui [cela peut être un avantage concurrentiel] dans certains cas », il est alors notamment souligné la nécessité d'expliquer le lien terroir-vin au consommateur, et le cas de certains publics nouveaux consommateurs pour lesquels ce concept n'est pas connu et donc peu porteur.

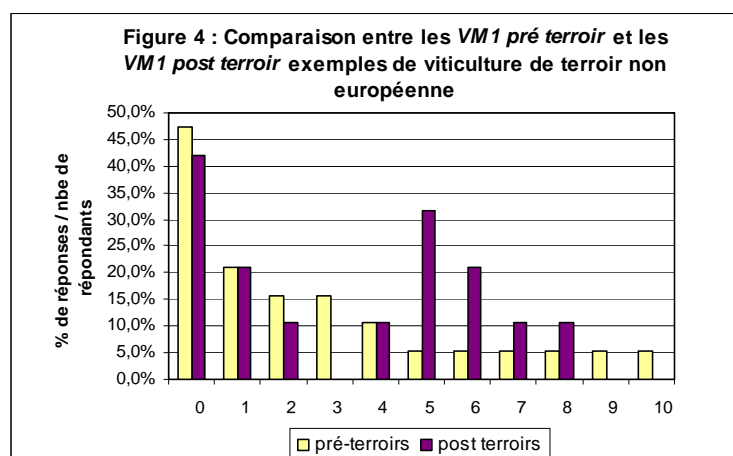
Nous avons, par ailleurs, voulu connaître leur **vision spontanée de la viticulture Européenne** (figure 3) puis avons dans un second temps posé les questions « **est-elle une viticulture de terroir ?** » puis « **est-elle la seule viticulture de terroirs ?** ».



Légende:

- 1) traditionnelle, historique
- 2) illisible pour les consommateurs, déconnectée des marchés, en crise économique
- 3) bonne image, très bons produits, innovante et compétitive
- 4) diversifiée, hétérogène, petites structures
- 5) protectionniste et réglementée
- 6) Bloquée par les réglementations et/ou les traditions
- 7) Poids important dans l'économie viticole mondiale

Le premier qualificatif est, pour 70% des personnes, « traditionnelle » et/ou « historique ». Le second relate une déconnexion vis-à-vis du marché, une complexité qui la rend illisible par les consommateurs. Presque à égalité de cette image négative, arrive celle positive d'une « viticulture de produits de haute qualité, innovante, et compétitive, bénéficiant d'une bonne image ». Enfin, il semble que le module de formation ait fait prendre conscience aux étudiants d'un poids important de la réglementation qui est perçue par 1/3 des personnes par comme un frein à l'adaptation aux marchés.



Légende:

- 0) Non réponse
- 1) Etats-Unis d'Amérique
- 2) Argentine
- 3) Chili
- 4) D'autres pays construisent une typicité et engagent une démarche terroir
- 5) Afrique du Sud
- 6) Tout le monde a un terroir
- 7) Nouvelle-Zélande
- 8) Australie
- 9) Autre
- 10) Bolivie

La viticulture Européenne est vue, par ailleurs, comme une viticulture « majoritairement de terroirs » pour 58% des personnes (peu de changement suite au module), «exclusivement de terroir» pour 21% contre 6% en début de formation et «partiellement de terroirs» pour 21% contre 30% avant le module. Cependant, 58% des étudiants pensent qu'elle n'est pas la seule viticulture de terroir et citent comme exemple le plus souvent l'Afrique du Sud (32%) (figure 4), un des pays qui leur a été présenté lors du

module, alors qu'en pré-module il n'était presque pas cité, les Etats Unis (Californie) sont cités par 21% des personnes de façon constante.

Analyse des réponses des populations de 32 étudiants post terroir et 25 diplômés

La **définition spontanée du terroir viticole** de 32 étudiants interrogés comporte en moyenne 4,3 notions distinctes, les principales sont les facteurs pédoclimatiques (94 %), le facteur humain (72%), les itinéraires techniques et le savoir faire transmis (56%), l'espace géographique (53%) et le matériel végétal (53%). Les notions d'interaction de facteurs (44%), d'histoire et de typicité, authenticité (28% chacune) sont aussi bien présentes.

Les diplômés ont cité de leur côté en moyenne 5,4 notions avec une répartition très proche. Les huit principales sont celles citées ci-dessus, dans un ordre légèrement différent les facteurs pédoclimatiques demeurant la plus citée (76%) ; la typicité et l'authenticité sont en meilleure place (44%). Par ailleurs, la notion de délimitation de l'espace compte pour 28% des personnes.

	ETUDIANTS POST TERROIR	DIPLOMES
espace géographique	50%	60%
espace géographique délimité	13%	28%
une communauté humaine	31%	24%
savoir-faire collectif issu de l'histoire	44%	32%
système d'interactions	47%	60%
facteurs physiques du milieu	78%	80%
facteurs biologiques du milieu	31%	20%
itinéraires socio-techniques	84%	76%
révèlent une originalité	31%	48%
confèrent une typicité	31%	36%
aboutissant à une réputation	6%	20%
pour un bien originaire de cet espace	50%	52%
Effectif répondants	32	25

Tableau 2 Définition spontanée du terroir par les étudiants « post module terroir » et par les diplômés codée selon la définition de Casiabianca et al. (2006)

Quand on observe cette définition spontanée à la lumière de celle de Casabianca et al. (2006) (tableau2), il est intéressant de noter que pour les deux populations, les notions de communauté humaine et de savoir faire collectif sont bien présentes, ce qui n'était pas le cas des étudiants en début de formation (VM1 pré terroir), de même pour la typicité. Les diplômés évoquent aussi plus les questions de délimitation et de réputation. Lorsque l'on croise ces réponses avec l'origine géographique des répondants, on n'obtient pas de tendance claire permettant de conclure sur des perceptions différentes de la notion de terroir.

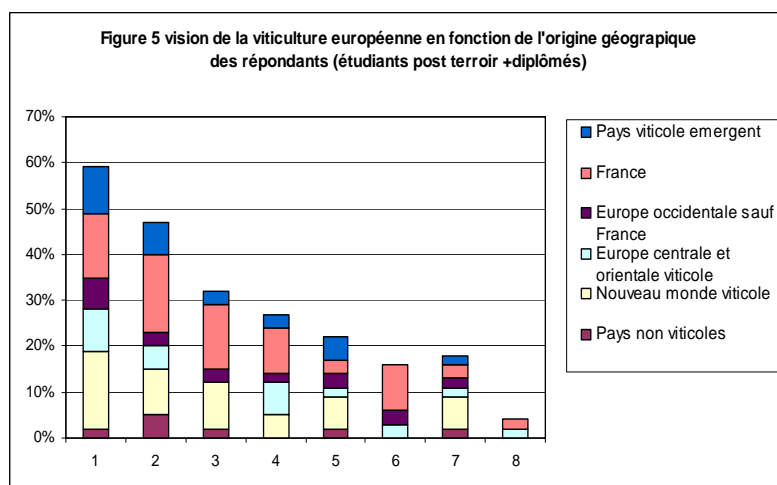
A la question de **l'application de la notion de terroir dans leur (future) activité professionnelle**, les enquêtés des deux populations citent comme première application, à égalité autour de 40%, « [utilisation de la connaissance du terroir pour] l'adaptation des pratiques culturelles pour un vin de qualité » et « comme outil de différenciation commerciale ». Ils citent aussi à 28% (étudiants) et 21% (diplômés) « prévoir ou donner une typicité au vin ».

L'**application** la plus citée **pour leur pays** est la différenciation commerciale des vins (50 et 56 %), puis la mise en place, gestion ou réforme d'indications d'origine (plus de 30%), et pour 34% des étudiants l'adaptation des pratiques culturelles pour la production de vins de qualité.

Le croisement de ces résultats avec l'origine géographique des enquêtés, montre que les enquêtés de tous pays se retrouvent autour de l'application commerciale. La construction ou réforme d'appellations semble moins concerner les français en proportion (mais le pays est déjà tellement concerné par cette notion qu'ils peuvent ne pas avoir jugé bon de réaffirmer une évidence). Cette modalité est largement citée par les répondants d'autres régions productrices du monde, convaincus de l'intérêt de démarches terroir dans leur pays. Le terroir est vu comme un avantage concurrentiel par 92% des personnes (sur les deux populations additionnées) dont un quart ajoute la nuance « dans certains cas ». Le croisement à l'origine géographique des personnes n'apporte pas d'élément notable sur cette question.

La figure 5 montre que la **perception de la viticulture européenne** par les deux populations additionnées est plus positive que celle des étudiants de VM1 vue dans la première analyse. Ces

personnes ont acquis une connaissance plus complète du secteur viticole européen. Le croisement avec l'origine géographique des répondants montre que l'évocation du poids réglementaire (modalités 5 et 7) est principalement le fait des ressortissants des pays émergents, et du nouveau monde viticole, de même ces personnes se retrouvent beaucoup dans les qualificatifs « historique et traditionnelle ».



Légende :

- 1) traditionnelle, historique
- 2) bonne image, très bons produits, innovante, compétitive
- 3) diverse, hétérogène, petites structures,
- 4) illisible pour le consommateur, déconnectée du marché, en crise éco
- 5) Bloquée par réglementation et tradition
- 6) doit évoluer, en mutation, influencée par la mondialisation
- 7) protectionniste, réglementée
- 8) poids important dans l'économie viticole mondiale

Pour les étudiants post terroir, la viticulture Européenne est exclusivement (13%) ou majoritairement (61%) une viticulture de terroirs, et elle est la seule viticulture de terroir pour 28% des personnes interrogées. Les 72 autres pour cent pensent que d'autres viticultures de terroir existent, et ce potentiellement partout pour 25% des enquêtés, pour les autres, le premier exemple de pays est l'Afrique du Sud (34%) suivie de l'Argentine (19%). Concernant les diplômés, les réponses sont très proches, 80% des enquêtés considèrent que la viticulture européenne n'est pas la seule viticulture de terroir et citent en premier exemple les états unis à 45% puis l'Afrique du Sud à 40%.

Enfin, à la question « **existe-t-il, selon vous, un système d'appellation idéal ? si oui, lequel** », 40% des diplômés répondent oui et citent principalement les systèmes français d'AOC et Italiens de DOC ou DOCG. Seuls 25 % des étudiants considèrent qu'il existe un système idéal, certains citent l'AOC, et d'autres mentionnent que le système doit être adapté aux spécificités du lieu. Sur l'ensemble des questions analysées, le croisement avec le projet de carrière des enquêtés ne permet pas d'observer un effet de ce critère sur la répartition des réponses.

Conclusion

Cette étude a permis de mieux connaître l'effet d'un module de formation sur l'appropriation du concept de terroir et d'indication d'origine par les étudiants et diplômés du master international Vintage, et d'avoir une vision de l'effet de l'origine des personnes sur cette conception. Ces résultats seront utilisés lors d'évolutions du contenu de la formation. Il ressort que la notion de terroir tient ensuite une place importante dans la vie professionnelle de ces jeunes ou futurs professionnels du secteur viticole international, ce qui confirme l'importance d'y consacrer un module spécifique de la formation.

Bibliographie

- CASABIANCA F., SYLVANDER B., NOEL Y., BERANGER C., COULON JB., GIRAND G., FLUTET G., RONCIN F., VINCENT E., 2006, Terroir et Typicité : Propositions de définitions pour deux notions essentielles à l'appréhension des Indications Géographiques et du développement durable, VI^{ème} Congrès International des Terroirs Viticole 2006.
- HINNEVINKEL JC, 2004, Les terroirs viticoles, Origines et devenirs, éd Féret, 228p.
- LAVILLE P., 1993, Unités de terroir naturel et terroir. Une distinction nécessaire pour redonner plus de cohérence au système d'appellation d'origine. *Bull. OIV.* **745-746**, pp.227-251.
- MORLAT R. 2001, (coordonnateur), Terroirs viticoles : Etude et valorisation, éd oenoplurimedia SARL, collection Avenir Œnologie, 118 p.