

Proposition d'article pour le colloque SFER

ANGERS, décembre 2013

**Convergence et différence dans la représentation des vins rouges de Bourgogne chez les professionnels de la filière viti-vinicole**

Monia SAIDI

UMR CESAER INRA AGROSUP DIJON

26 Bd Dr Petit Jean, 21000 Dijon

**Version provisoire**

## **Résumé**

Cette étude porte sur une sélection de 40 vins rouges de Bourgogne issus du cépage Pinot Noir, de millésime 2010. Ces vins sont issus de pratiques culturelles et œnologiques diverses et proviennent de différentes zones viticoles de Bourgogne ainsi que de différentes appellations (régionale et village). Un panel de 34 professionnels de la filière viti-vinicole composé 20 professionnels amont (viticulteurs, œnologues et techniciens des organismes viti-vinicole) et 14 professionnels aval (restaurateurs, cavistes et responsables du rayon vin en grande distribution), recrutés pour l'étude, ont évalués l'exemplarité des vins, visuellement puis globalement (nez & bouche). L'enjeu était de vérifier l'existence d'un consensus au sein des sujets experts et d'étudier la distribution des vins à l'issue de ces mesures d'exemplarité. Les résultats montrent que les professionnels, indifféremment de leur position dans la filière, sont concordants pour opposer des vins reconnus collectivement comme de bons exemples à d'autres reconnus comme de mauvais exemples. Ceci prouve que les 34 professionnels partagent des représentations communes autour du concept d'exemplarité des vins rouges de Bourgogne. Aux vues des traitements statistiques il semblerait que les professionnels amont soient d'avantage concordants dans leur notation des vins que les professionnels aval. Par ailleurs, la convergence observée entre les sujets experts est plus marquée en évaluation visuelle qu'en évaluation olfacto-gustative.

Mots clés : Jugement de typicité, vins, perception, Bourgogne, professionnels de la filière viti-vinicole

## **Introduction**

Depuis quelques années, dans le domaine du marketing alimentaire et comportement du consommateur, plusieurs chercheurs se sont intéressés aux attributs les plus pertinents dans le choix d'un produit alimentaire par les consommateurs. En effet, devant la diversité des marques et des produits, les consommateurs doivent faire un choix, et se basent sur des attributs du produit ou leur expérience.

Les offres de produits proposées aux consommateurs dépendent également du choix des produits par les professionnels qui les proposent. Qu'il soit en grande distribution ou magasin spécialisé, le professionnel de la filière choisit son produit à proposer à ses clients. Chaque professionnel d'une filière a ses propres critères de choix rarement identiques d'un mode de distribution à l'autre.

Parmi les produits les plus complexes à choisir, et en même temps les plus explorés lors de l'achat, figure le vin. De ce fait, il est important pour le professionnel de bien choisir son offre pour répondre aux attentes des clients.

Contrairement aux consommateurs, les professionnels ont la possibilité de déguster un vin à intégrer dans leur offre avant de faire le choix. Cette étude s'intéresse à la représentation des vins chez les professionnels de la filière. L'étude porte sur les vins rouges de Bourgogne issus du cépage pinot noir. Ces derniers représentent plus de 32% de la production totale des vins en Bourgogne et plus de ces 70% de ces vins sont issus du cépage pinot noir.

Le vin est un produit au cœur du concept de typicité. D'après Salette (1997, 2006), le terme de « typicité » a été utilisé dès 1979 pour mieux caractériser et comparer des vins expérimentaux issus de différents terroirs. D'après cet auteur, « estimer qu'un vin est typique ce n'est pas exiger sa correspondance à un standard fixe, c'est simplement le reconnaître comme faisant partie d'une même famille ». Noël *et al.* (2005) précise que la « typicité » d'un produit alimentaire ne doit pas être confondue avec la conformité à une norme dans la mesure où il existe une variété interne au type. D'après cette théorie, les membres les plus typiques auraient une position centrale dans la catégorie, partageant ainsi le plus de d'attributs avec les membres de sa catégorie et le moins avec les membres d'autre(s) catégorie(s). En d'autres termes, les membres d'une catégorie seraient ordonnés selon un gradient de représentativité. Cette structure organisée sous forme de gradient a été confirmée dans le domaine des vins d'origines variétales différentes : Sauvignon blanc (Parr *et al.* 2007), Chardonnay (Ballester *et*

*al.*, 2005 ; Ballester *et al.*, 2008 ; Jaffré *et al.*, 2011), Melon de Bourgogne (Ballester *et al.*, 2008) et Sciaccarello (Candelon *et al.*, 2004).

Selon Letablier *et al.* (1994), un produit typique est d'abord un produit inscrit dans un espace. Cet espace de production est souvent désigné par le terme terroir.

Aujourd'hui, après plus de 1000 ans, le terroir continue de s'affirmer en Bourgogne comme un concept moderne copié dans le monde entier car il représente et véhicule des valeurs d'origine, d'authenticité, de tradition et de typicité, chères aux consommateurs (BIVB).

Le terroir est indissociable de la notion de typicité. Ainsi, parle-t-on de typicité liée au terroir. En concrétisant l'effet du terroir sur le produit, la typicité met en valeur certaines caractéristiques spécifiques du vin, ce qui permet de le distinguer de ses concurrents (Casabianca *et al.*, 2011 ; Larange, Giraud et Trognon, 1997).

Dans le domaine du vin, la notion d'expert fait le plus souvent référence aux professionnels qui possèdent à la fois des connaissances théoriques et des compétences perceptives liées aux nombreuses dégustations qu'ils réalisent (Langlois, 2010). En cela des œnologues, viticulteurs, techniciens des organismes viti-vinicoles, sommeliers, *etc.* peuvent être considérés comme des experts. Pour désigner cette catégorie, nous allons utiliser ici le terme « professionnel ».

Notre question est la suivante : Les professionnels ont-ils des représentations différentes d'un vin en fonction des corps du métier ?

Pour répondre à cette question, nous allons demander aux professionnels de juger le niveau d'exemplarité de 40 vins rouges de Bourgogne, nous pourrons ainsi d'un côté savoir s'il existe un espace sensoriel propre à ces vins comme il a été étudié avec des vins blancs par Ballester *et al.*, 2005, d'un autre côté, cette étude nous permettra de déterminer s'il y a un consensus entre les différentes familles de professionnels (amont ou aval). Les professionnels amont, étant plus proches du produit et les professionnels aval plus proches des consommateurs. En effet, qu'ils soient caviste, chef de rayon ou sommelier, les distributeurs de vins jouent un rôle important auprès des consommateurs. Ces derniers, rarement connaisseurs des vins, accordent un réel crédit aux avis des professionnels et recommandations.

## **Matériel et méthodes**

### **1- L'échantillon ou produit**

40 vins rouges de Bourgogne (dont 4 vins issus de l'agriculture biologique), de millésime 2010, pris dans leur diversité ont été choisis pour cette étude. Les vins ont été sélectionnés en se basant sur plusieurs critères : le millésime, le cépage, l'appellation, le prix, la répartition géographique, la médaille et la production. Ils sont issus de pratiques culturales et œnologiques diverses et proviennent de différentes zones viticoles de Bourgogne, ainsi que de différentes appellations (régionale et certaines appellations village). Certains de ces vins sont primés, d'autres pas. Le but de la sélection étant de représenter au mieux la diversité des vins rouges de Bourgogne.

### **2- Les participants**

36 professionnels ont accepté de participer à notre étude. Parmi eux, on distingue 20 professionnels amont de la filière vins (11 vignerons et négociants ainsi que 9 œnologues et techniciens). Ce groupe de dégustateurs est composé de 7 femmes et 13 hommes, leur âge varie entre 31 ans et 65ans, moyenne d'âge étant de 50 ans. Certains sont détenteurs du DNO ou certificat d'analyses sensorielles, d'autres pas. Dans les 16 professionnels aval qui ont participé, on distingue 10 professionnels de la restauration (7 responsables restaurant, 2 sommeliers et 1 serveuse), 1 professionnels de la grande distribution (1 chef de rayon vin) et 3 cavistes. Ce second groupe est composé de 9 hommes et 5 femmes, leur âge varie de 20 ans à 60 ans, la moyenne d'âge est de 35ans. Ces groupes n'ont eu aucun entraînement préalable au test de catégorisation, ce sont leurs connaissances, expérience et prérequis qui sont alors mobilisés.

### **3- Méthodologie**

Les dégustations ont été réalisées pendant le mois de juillet 2012. 20 séances ont eu lieu en 16 jours répartis sur 4 semaines. Les 40 échantillons ont été scindés en deux groupes, ce qui faisait une évaluation de 20 vins par séances. Chaque dégustateur avait donc à participer à 2 séances de dégustation. Les séances se sont déroulées dans une salle d'analyse sensorielle à Beaune, et Dijon. Deux séances par jour ont été organisées (fin de matinée et fin de journée). La température de la salle varie entre 19 et 22°C. Chaque cabine est équipé d'un crachoir, lampe, eau, ...

Pour chaque séance, les professionnels avaient à faire deux évaluations, une évaluation visuelle et une évaluation globale sur les 20 vins, avec des pauses entre chaque étape. A la fin de la 1<sup>ière</sup> séance, un questionnaire leur a été administré.

Les vins sont servis à une température de 19 à 20 °C. Les bouteilles sont ouvertes 1h environ avant chaque séance, l'absence de goût de bouchon a été vérifiée à chaque fois par un œnologue. 30ml de vins sont présentés dans des verres standardisés, Iso 1977 (verres noirs pour l'évaluation globale, et verres transparents pour l'évaluation visuelle). Les échantillons ont été codés par un nombre aléatoire à 3 chiffres, et recouverts de boîte de pétri. Ils sont présentés d'une façon monadique et suivant un ordre de présentation d'un carré latin (Mc Fie *et al.* ; 1989) différent d'un sujet à un autre. Les juges avaient la possibilité d'effectuer une pause entre chaque échantillon. Pour se rincer la bouche une eau est mise à leur disposition.

#### Contextualisation de l'échantillon à caractériser

*« Les vins rouges que vous allez observer (ou déguster, selon la modalité d'évaluation) sont des vins du millésime 2010. Ces vins sont issus de pratiques culturelles et œnologiques diverses et proviennent de différentes zones viticoles de Bourgogne, ainsi que de différentes appellations (régionale et certaines appellations village). Le prix de ces vins est compris entre 5 et 20 € HT la bouteille (tarif professionnel) ».*

Puis dans les deux cas, quelle que soit la modalité d'évaluation et pour chaque vin considéré, le dégustateur se projetait dans une situation donnée, en lui posant cette question:

*« Imaginez que vous deviez expliquer à un ami ce qu'est un vin de Bourgogne issu du cépage Pinot Noir. Pour lui expliquer, vous avez la possibilité de lui faire observer (ou déguster, selon la modalité d'évaluation) un vin.*

*Pour chaque vin qui vous sera présenté nous vous demanderons de répondre à la question suivante : Considérez-vous que ce vin est un bon ou un mauvais exemple pour expliquer à votre ami ce qu'est un vin de Bourgogne de cépage Pinot Noir ? »*

Cette mesure, dite d'exemplarité, a été mise au point par Ballester *et al.* (2005) et utilisée par la suite par plusieurs auteurs (Parr *et al.*, 2007 ; Maître *et al.* , 2010).

Les vins sont notés indépendamment les uns des autres sous forme d'un trait vertical sur une échelle de mesure linéaire non structurée de 110 mm, bornée à gauche par « mauvais exemple » et à droite par « bon exemple ».

A la fin de la première séance, les professionnels reçoivent un questionnaire qui aborde différentes thématiques : la formation et l'expérience professionnelle, la représentation qu'ils se font des vins rouges de Bourgogne d'un point de vue visuel, olfactif et gustatif, la diversité et la place des vins rouges de Bourgogne dans leur offre.

## **Résultats et discussion**

### Analyse des résultats des notes attribuées aux différents vins

L'analyse statistique des notes attribuées aux 40 vins permet de mettre en évidence certains vins comme plus ou moins représentatifs des vins rouges de Bourgogne. Les 40 vins de l'échantillon ont été choisis uniquement sur la base de caractéristiques extrinsèques (production en hL, prix de vente, etc.). D'un point de vue intrinsèque, nous ne disposons d'aucune information sur le profil sensoriel des vins (intensité de la couleur de la robe, nature des arômes présents, etc.). Bien qu'il soit possible de mettre en évidence des vins plus ou moins représentatifs des vins rouges de Bourgogne, il sera impossible de les comparer à la représentation que les professionnels aval ont formulée verbalement.

### Le consensus entre les experts, professionnels amont et aval confondus.

Les résultats relatifs à la notation de chacun des 34 sujets pour l'ensemble des vins sont représentés à l'aide de diagrammes en boîtes. (figures 1 et 2). Des variabilités inter-individuelles apparaissent dans l'utilisation de l'échelle de notation. Si on se focalise sur le diagramme en boîte relatif à l'évaluation olfacto-gustative (figure 2) on constate qu'il est possible d'identifier des sujets qui utilisent de manière préférentielle la partie gauche de l'échelle (sujet 11 et 37 notamment), indiquant une notation des vins plutôt sévère. En effet, pour ces sujets, les vins présentés s'apparentent d'avantage à de mauvais exemples de vins rouges de Bourgogne. A l'inverse, d'autres sujets utilisent préférentiellement la partie droite de l'échelle (cas du sujet 5). Dans ce cas, les vins sont considérés dans l'ensemble comme de bons exemples de vins rouges de Bourgogne.

Les diagrammes relatifs à l'évaluation visuelle montrent que les sujets semblent plutôt concordants dans leur façon de noter les vins. En effet la note médiane de tous les sujets (à l'exception du sujet 12) se situe au-dessus de 5/10. En revanche pour l'évaluation olfacto-gustative, les notes sont moins homogènes ; ainsi la note médiane des sujets 1, 10 ou 6 par exemple se situe bien en dessous de 5/10 alors que pour les sujets 14, 35 ou 5 la note médiane

est supérieures à 5/10. Globalement les sujets ont été plus sévères dans leur façon de noter les vins en évaluation olfacto-gustative qu'en visuel.

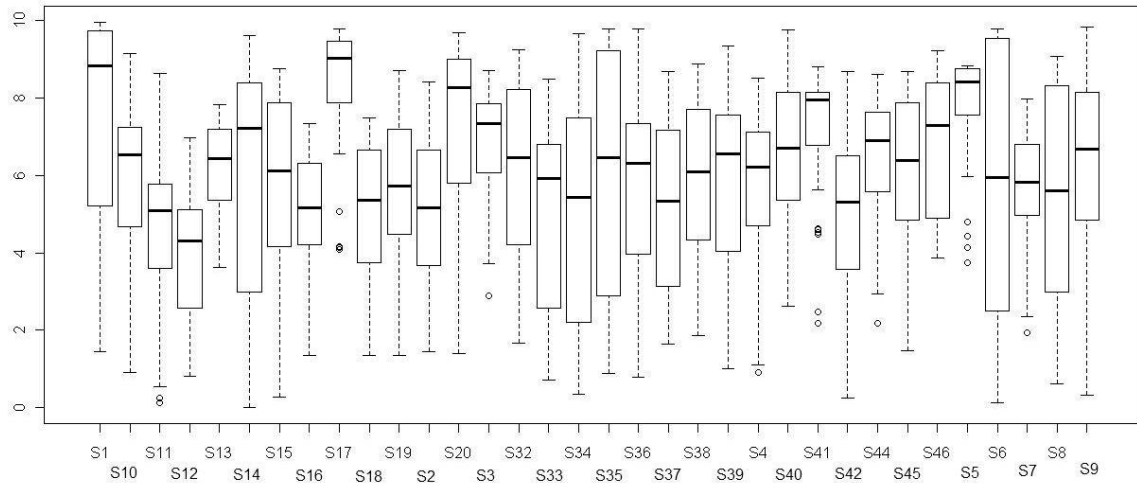


Figure 1 : Boîte à moustache représentant médianes, écart-interquartiles et étendue des notes données par chacun des 34 sujets (codés de S1 à S46) pour l'évaluation visuelle.

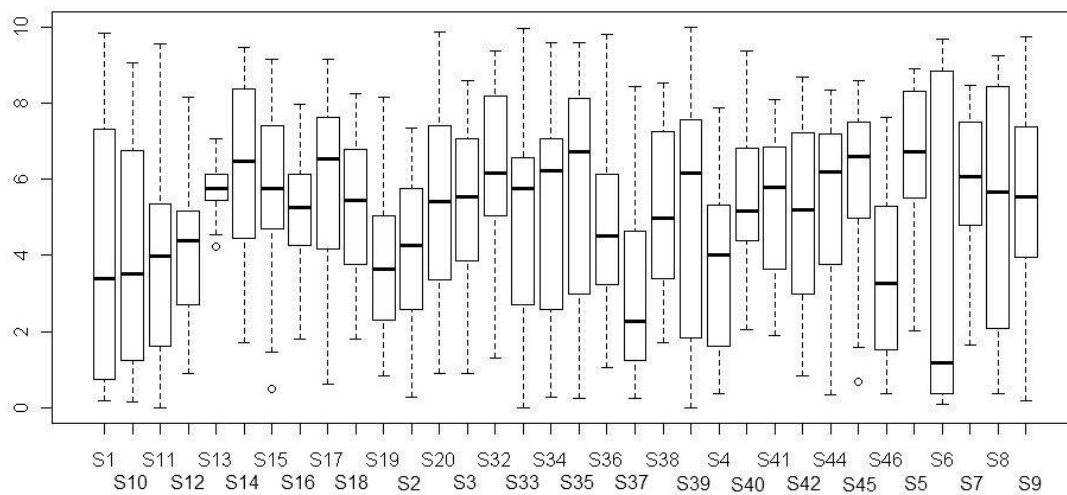


Figure 2 : Boîte à moustache représentant médianes, écart-interquartiles et étendue des notes données par chacun des 34 sujets (codés de S1 à S46) pour l'évaluation olfacto-gustative.



Afin d'étudier l'influence du statut des professionnels au sein de la filière sur leurs représentations des vins rouges de Bourgogne, une analyse de variance a été réalisée sur l'ensemble des notes individuelles des 34 sujets (tableau 1).

Tableau 1 : Résultats de l'ANOVA réalisée sur les notes que les professionnels amont et aval ont attribuées aux 40 vins (Traitement Statistique sur SAS 9.1)

Facteur	ddl	Fseuil	Evaluation visuelle			Evaluation olfactive et gustative		
			Fvalue	P	H0	Fvalue	P	H0
Type	1	4.17	0.01	0.93	Non testée	0.02	0.88	Acceptée
Ordre	1	4.17	1.45	0.24	Acceptée	0.04	0.84	Acceptée
Type*Ordre	1	4.17	0.00	0.96	Acceptée	1.57	0.22	Acceptée
Résiduelle	30							
Sujet(Type*Ordre)	30	1.46	15.59	<0.0001	Rejetée	7.13	<0.0001	Rejetée
Vin	39	1.39	34.01	<0.0001	Non testée	5.02	<0.0001	Rejetée
Type*Vin	39	1.39	1.94	0.0005	Rejetée	1.41	0.0501	Acceptée
Ordre*Vin	39	1.39	1.08	0.34	Acceptée	1.01	0.45	Acceptée
Type*Ordre*Vin	39	1.39	1.14	0.25	Acceptée	1.19	0.20	Acceptée
Résiduelle	1170							

Dans ce modèle d'ANOVA, le facteur « Type » a été décliné en deux modalités : « Amont » et « Aval ». A chaque dégustateur étant attribué un seul statut dans la filière, le facteur « Sujet » est dit subordonné au facteur « Type ». D'autres facteurs sont également considérés : l'« Ordre » de présentation des vins (présentation du bloc 1 puis du bloc 2 ou inversement) interagissant avec le facteur « Type » ainsi que le facteur « Vin » (de V1 à V40) interagissant avec l'ensemble des facteurs du modèle.

Il est important de souligner que l'effet d'ordre a été contrôlé à la fois en évaluation visuelle et olfacto-gustative. Ainsi, l'ordre de présentation des vins spécifique à chaque dégustateur a permis que chaque vin soit considéré dans les mêmes conditions de notation. Il n'y a pas non plus d'interaction ordre-vin, ce qui signifie qu'un bloc de vin, présenté en première ou deuxième séance n'influence pas la notation des vins.

Quelle que soit la modalité d'évaluation, il existe une différence significative de notation entre les sujets ( $p < 0.0001$ ). Ce résultat vient conforter l'idée selon laquelle chaque individu possède sa propre représentation des vins rouges de Bourgogne. Les résultats de l'évaluation visuelle et olfacto-gustative montrent des différences très significatives sur les vins ( $p < 0.0001$ ).

L'analyse de la variance réalisée sur l'ensemble des notes individuelles montre que le facteur type n'a pas d'effet significatif, et ce pour les deux modalités d'évaluation.

Néanmoins, en évaluation visuelle il y a un effet significatif de l'interaction type\*vin ( $p = 0.0018$ ). A l'échelle de quelques sujets il y a un effet du type (amont/aval) sur la notation

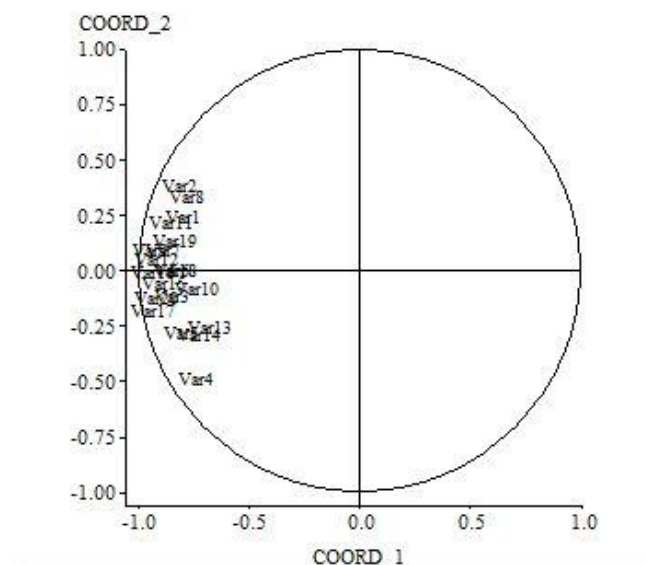
des vins mais sur l'ensemble des résultats ce phénomène est compensé. Pour affiner l'analyse, une analyse de la variance a été réalisée sur les professionnels amont.

### **Le consensus au sein des professionnels amont**

Les analyses en composantes principales (ACP) renseignent avant tout sur la cohérence des mesures d'exemplarité fournies par les sujets, ce qu'illustre le cercle de corrélation des variables (sujets).

#### Evaluation visuelle

La projection des sujets (variables) sur les deux premières composantes principales est représentée en figure 3.



*Figure 3 : Cercle de corrélation de l'ACP représentant les sujets comme variables. Plan principal COORD1/COORD2 74.6%. Chaque vecteur correspond au score moyen d'exemplarité en évaluation visuelle attribué par chacun des 20 professionnels amont (1 à 20) pour l'ensemble des 40 vins.*

La première composante principale explique 69.9% de la variance. Ce pourcentage de variance expliquée est significatif. L'ensemble des 20 sujets se situe du côté gauche du cercle de corrélation, de plus les sujets sont bien représentés car ils sont proches du cercle. Dans l'ensemble les sujets sont relativement groupés, à l'exception des sujets 2 et 4 qui sont légèrement plus en retrait et s'opposent entre eux. En étudiant les données brutes on constate que les sujets 2 et 4 donnent des notes opposées à certains vins, c'est le cas notamment pour le

vin 10 pour lequel les sujets 2 et 4 ont respectivement attribués la note de 3.5/10 et 8.2/10 alors que ce vin obtient une moyenne générale de 6.9/10.

#### Evaluation olfacto-gustative :

La projection des sujets sur les deux premières composantes principales est représentée en figure 4.

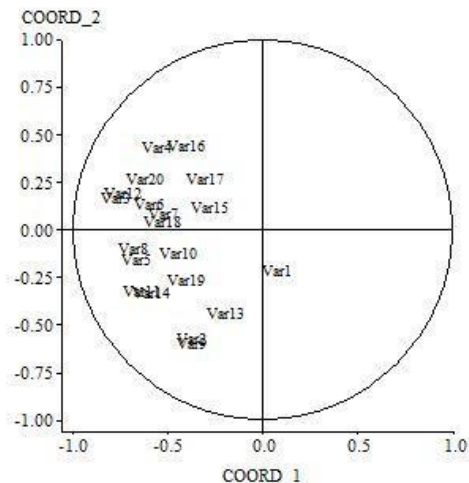


Figure 4 : Cercle de corrélation de l'ACP représentant les sujets comme variables. Plan principal COORD1/COORD2 36%. Chaque vecteur correspond au score moyen d'exemplarité en évaluation olfacto-gustative attribué par chacun des 20 professionnels amont (1 à 20) pour l'ensemble des 40 vins.

Certains sujets sont assez mal représentés au niveau du cercle de corrélation, notamment les sujets 1, 10, 13, 15, 17 et 19, situés à proximité de l'origine du cercle. Même si la majorité des sujets se situe du même côté du cercle de corrélation, les sujets sont peu groupés et relativement espacés les uns des autres.

De plus, la première composante principale explique 26.7% de la variance. Ce pourcentage de variance expliqué est assez faible ce qui matérialise la faible concordance des réponses individuelles. C'est ce que confirme le coefficient W de Kendall qui vaut  $W=0.238$  ( $p<0.0001$ ), ce coefficient est significativement différent de 0.

Les différences observées au niveau des ACP entre l'évaluation visuelle et l'évaluation olfacto-gustative suggèrent un meilleur accord entre les sujets en évaluation visuelle plutôt qu'en évaluation olfacto-gustative.

### Le consensus au sein des professionnels aval :

Le niveau d'accord entre les professionnels aval a été étudié grâce à des analyses en composantes principales pour les deux modalités d'évaluation. Les cercles de corrélation sont présentés en figures 5 et 6.

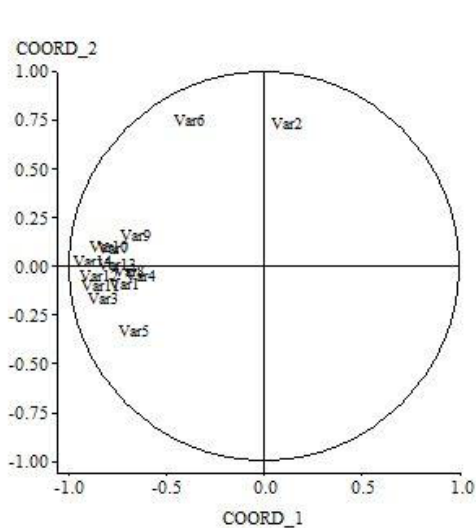


Figure 5 : cercle de corrélation de l'ACP représentant les sujets comme variables. Plan principal COORD1/COORD2 59%. Chaque vecteur correspond au score moyen d'exemplarité en évaluation visuelle attribué par chacun des 14 professionnels aval (21 à 46) pour l'ensemble des 40 vins.

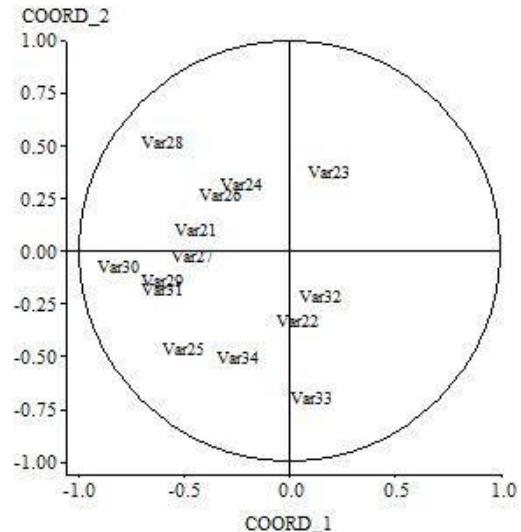


Figure 6 : Cercle de corrélation de l'ACP représentant les sujets comme variables. Plan principal COORD1/COORD2 31%. Chaque vecteur correspond au score moyen d'exemplarité en évaluation olfacto-gustative attribué par chacun des 14 professionnels aval (21 à 46) pour l'ensemble des 40 vins.

Les pourcentages de variance expliquée par les deux premiers axes principaux sont plus importants en évaluation visuelle qu'en évaluation olfacto-gustative.

Le coefficient W de Kendall vaut  $W=0.434$  ( $p<0.0001$ ) en évaluation visuelle, alors qu'il ne vaut que  $W=0.129$  ( $p<0.0001$ ) en évaluation olfacto-gustative

Ces résultats suggèrent que les professionnels aval, tout comme les professionnels amont, sont davantage concordants en évaluation visuelle qu'en évaluation olfacto-gustative.

La projection des sujets à l'intérieur du cercle de corrélation ainsi que le pourcentage de variance expliquée par les deux premiers axes (59% en évaluation visuelle et 31% en évaluation olfacto-gustative) matérialisent la faible concordance des juges aval. C'est ce que confirment les valeurs des coefficients de Kendall.

## Réponses au questionnaire

Parmi les questions posées aux professionnels, figure la suivante : « Comment vous représentez-vous un vin rouge de Bourgogne d'un point de vue visuel, olfactif et gustatif ? (citez 3 à 5 mots). Sur une base déclarative, nous avons les résultats suivants :

**Pour les professionnels amont** : les vins rouges de Bourgogne se caractérisent en termes :

Visuel par : robe rouge (30%), rubis (25%), robe brillante et limpide (25%), robe pourpre vive, robe profonde (20%), reflets framboisés lumineux

Olfactif : fruité (60%)

Gustatif : soyeux sans tannins excessifs, bonne et belle longueur, gourmand (20%), délicat et fin , élégant (10%)

**Pour les professionnels aval** :

Visuel : Rubis (50%), rouges (33%), foncé (17%), limpide (17%), brillant (11%), chatoyant (5.6%)

Olfactif : fruits (38.9%), boisé (5.6%)

Gustatif : Charnu, finesse (11%), léger (11%)

Le tableau suivant résume les réponses données par l'ensemble des professionnels bourguignons :

	Professionnels « Amont »	Professionnels « Aval »
Nombre de mots	176	139
Moyenne de nombre de mot	8.80	8.18
Nombre de mots différents	80	67
Nombre de mots uniques	46	47
Fréquence maximum	12	9
Mot le plus fréquent	Fruité	Rubis

Nous remarquons que les professionnels Amont ont un vocabulaire plus riche pour décrire le vin, alors que les professionnels aval, utilisent moins de vocabulaire pour la description. Cette richesse de termes observée chez les professionnels en amont peut s'expliquer par leur expérience dans la description et l'évaluation des vins.

Le mot le plus cité par les professionnels Amont est « fruité » (cité 12 fois/ 20), un descripteur olfactif et gustatif. Les professionnels Aval ont utilisé le plus souvent le mot « Rubis » ( cité 9 fois/18) qui s'associe à l'apparence et couleur du vin. Cela a-t-il un lien avec leur formation ? 75% des professionnels « Amont » déclarent être détenteurs d'un certificat d'analyse sensorielle. 60% des répondants n'ont pas de DNO (Diplôme National d'œnologie) et 65 % ont un diplôme en lien avec l'univers du vin (Certificat commercialisation vins et spiritueux, licence viticulture sciences de la vigne et du vin, BTS viticulture œnologie...).

Du côté des professionnels Aval, 83.3% déclarent ne pas être détenteurs d'un certificat d'analyse sensorielle, 16.7% le possède. Aucun de nos participants n'a le DNO, et 61% déclarent na pas avoir de diplôme en lien avec l'univers de vin. Les 39% qui possèdent le diplôme ont une Licence professionnelle distribution et commercialisation des produits vinicoles, BP / CAP sommelier, ou Master commerce du vin.

## **Discussion**

L'analyse de la variance réalisée sur les notes individuelles des 34 sujets indique que le facteur type n'a pas d'effet significatif, c'est-à-dire que le positionnement des juges au sein de la filière viti-vinicole n'influence pas leur façon de noter les vins. Ainsi, que ce soit des professionnels amont ou aval de la filière, ils partagent des représentations communes sur le concept d'exemplarité des vins rouge de Bourgogne. Ce résultat montre que les sujets experts possèdent des références communes de jugement à l'égard d'une population de 40 vins rouges de Bourgogne.

Toutefois, les résultats des analyses en composantes principales et des coefficients de Kendall traduisent un meilleur consensus entre les experts en évaluation visuelle plutôt qu'en évaluation olfacto-gustative. Ceci se vérifie également par la valeur des écart-types qui sont plus importants pour les résultats de l'évaluation olfacto-gustative que de l'évaluation visuelle. Lors de l'évaluation olfacto-gustative, les juges doivent noter deux modalités : « olfactif » et « gustatif » à l'aide d'une seule échelle.

A partir de vins blancs txakoli, Etaio *et al.* (2011) ont étudié, par consensus, le poids respectif de chaque paramètre dans l'appréciation globale d'un vin. Les résultats montrent que les paramètres olfactif, gustatif et visuel contribuent respectivement à 30%, 65% et 5% dans la qualité finale du vin. Les paramètres olfactif et gustatif sont donc des éléments clés dans l'appréciation d'un vin. On peut supposer que dans le cas d'un vin rouge le caractère visuel ait une proportion plus importante que pour des vins blancs.

Dans notre étude, il se peut que d'un point de vue olfactif (respectivement gustatif) certains vins aient été appréhendés comme de bons exemples de vins rouges de Bourgogne tandis que d'un point de vue gustatif (respectivement olfactif) ces mêmes vins aient été considérés comme de mauvais exemples. Il semble donc qu'il y ait une certaine confusion due à l'échelle de mesure olfacto-gustative qui pourrait être à l'origine d'un consensus modéré entre experts. On observe également un meilleur consensus entre les 20 professionnels amont qu'entre les 14 professionnels aval. Pour rappel, en évaluation visuelle, le coefficient W de Kendall vaut  $W=0.597$  pour les professionnels amont alors qu'il vaut  $W=0.434$  pour les professionnels aval. La même observation est faite en évaluation olfacto-gustative :  $W_{\text{amont}}=0.238$  et  $W_{\text{aval}}=0.128$ .

Les professionnels amont sont, pour la plupart, titulaires du CPAS (Certificat Professionnel d'Analyse Sensorielle). Dans le cadre de ces certificats, il se peut que certains sujets aient déjà été amenés à utiliser ce type d'échelles de mesure. On peut alors supposer que les professionnels amont utilisent mieux l'échelle de notation mobilisée pour cet exercice. Les professionnels amonts sont détenteurs de l'outil de production c'est-à-dire qu'ils font le vin. Qu'ils soient viticulteurs ou œnologues, ces professionnels interviennent à différents stades depuis la culture de la vigne jusqu'à l'élaboration du vin. Le vigneron est la plupart du temps propriétaire de son domaine qui, traditionnellement se transmet de génération en génération. Il produit et commercialise tout ou partie de sa récolte et offre une gamme de vins généralement limitée à la région de production où il est implanté.

Il y a un véritable réseau entre les professionnels amont qui se tisse à travers les dégustations ou autres manifestations qu'ils organisent ensemble, c'est ce qui peut expliquer qu'ils font preuve d'une meilleure convergence dans ce qu'ils estiment être un bon ou un mauvais représentant de vin rouge de Bourgogne.

Les professionnels aval de la filière ont, quant à eux, une fonction de distribution et commercialisation des vins. Qu'ils soient cavistes, restaurateurs ou responsable du rayon vin en grande surface ces professionnels ont un large choix de vins à proposer à leur clientèle. Contrairement aux professionnels amont, ils ne sont pas forcément spécialisés dans les vins de Bourgogne et proposent des vins de diverses régions viticoles. De plus, leurs critères de sélection de leur offre ne sont pas uniquement intrinsèques et reposent aussi sur des attributs commerciaux des vins : notoriété, marge, volume,...

**Conclusion :**

Cette étude, inspirée de la méthodologie proposée par Ballester *et al.* (2005), montre que les sujets experts, indifféremment de leur position dans la filière, possèdent des références communes de jugement à l'égard d'une population de 40 vins rouges de Bourgogne. La distribution des vins à l'issue de mesures d'exemplarité se fait selon un continuum. La catégorisation des vins a ainsi montré qu'un panel de professionnels de la filière viti-vinicole se trouve être concordant pour opposer des vins reconnus comme de bons exemples à d'autres reconnus comme de mauvais exemples. Au terme de ces mesures d'exemplarité, les vins situés aux deux pôles du continuum seront présentés à un panel de consommateurs pour des mesures hédoniques. L'objectif sera ainsi de vérifier si des vins jugés comme de bons représentants des vins rouges de Bourgogne par des professionnels de la filière sont aussi appréciés par des consommateurs.



## Références bibliographiques

Ballester, J., Dacremont, C., Le-Fur, Y. and Etiévant, P. (2005) The role of olfaction in the elaboration and use of the Chardonnay Wine Concept. *Food Quality and Preference* 16, 351-359.

Ballester, J. Patris, B., Symoneaux, R. and Valentin, D. (2008) Conceptuel vs perceptual wine spaces: Does expertise matter? *Food Quality and Preference* 19, 267-276.

BIVB, 2012. *Comprendre les AOC* [en ligne] Format Page Web. Disponible sur : <<http://www.vins-bourgogne.fr/connaitre/...ses-vins/comprendre-les-appellations/comprendre-les-appellations,665,3787.html>>

Casabianca F., Sylvander B., Noël Y., Béranger C., Coulon J.B., Roncin F., Flutet G. et Giraud G., 2011. Terroir et typicité : un enjeu de terminologie pour les Indications Géographiques. *La mode du terroir et les produits alimentaires*. Sous la direction de Claire Delfosse. Les Indes Savantes, Paris. pp 101-116.

Langlois J., 2010. *Les expertises dans le domaine du vin. Cas du concept de vin de garde*. Thèse en sciences de l'alimentation. Université de Bourgogne. 163p.

Larange L., Giraud G. et Trognon L., 1997. Les produits alimentaires de terroir et la Grande Distribution. Dans : *Tome 2 : Intégration verticale et filières. Distribution moderne et réglementation. Relations avec l'amont*. Actes de du colloque SFER « Grande Distribution Alimentaire ». 22-23 mai 1997, INRA Montpellier, France. pp 461-471.

Letablier, M.T. and Nicolas, F. (1994). Genèse de la "typicité". *Sciences des Aliments*, 14 (5), 541-556.

MacFie, H.J., Bratchell, N., Greenhoff, K. and Vallis, L.V. (1989). Designs to balance the effect of order of presentation and first-order carry-over effects in hall tests. *Journal of Sensory Studies* 4, 129-148.

Noël, Y. and Sylvander, B. (2005) Proposition de définition de la typicité d'un produit issu de l'agriculture.

Parr, W.V., Green, J.A., White, K.G. and Sherlock, R.R. (2007) The distinctive flavour of New Zealand Sauvignon blanc: Sensory characterisation by wine professionals . *Food Quality and Preference* 18, 849-861.

Rouzet, E. et Seguin G., (2003). *Le marketing du vin – Savoir vendre le vin*. Edition La Vigne Dunod, Paris. 245p.

Salette, J. (1997). « La typicité : une notion nouvelle au service du produit, de ceux qui l'élaborent, et de ceux qui le consomment en l'appréciant. » *Revue des Oenologues*, 85, 12-13.