

# Ce que le consommateur attend du vin bio

## Étude qualitative de la consommation

Traduction et synthèse des travaux de Hanna Stolz et Otto Schmid (FiBL) par Anton Pinschof (IFOAM), Monique Jonis et Aude Coulombel (ITAB)<sup>1</sup>



Biobourgogne

Dans le cadre du programme Orwine<sup>1</sup>, une étude qualitative<sup>2</sup> sur le vin biologique a été réalisée auprès de consommateurs d'Italie, de France, d'Allemagne et de Suisse<sup>3</sup>. Les consommateurs ayant participé à l'étude ont une opinion positive sur la production des vins biologiques concernant l'impact sur l'environnement et la santé humaine. En revanche, leur avis est plus réservé quant aux qualités gustatives. Dans l'ensemble, les consommateurs ont une vision idéalisée des vins biologiques, dont ils attendent qu'ils soient sains, purs et naturels. Une attitude critique envers les méthodes de vinification conventionnelles a été relevée, en particulier en ce qui concerne les sulfites. De façon générale, les consommateurs n'ont que des connaissances limitées sur la production de vin en général et biologique en particulier.

<sup>1</sup> Le programme Orwine viticulture et vinification en Europe vise à "proposer des règles de vinification biologique commune aux pays de l'Union Européenne"

<sup>2</sup> « Image du vin biologique et attitude des consommateurs vis à vis de la production et de la qualité du vin biologique ».

<sup>3</sup> Partenaires du projet de recherche sur la viticulture et la vinification biologiques : ORWINE.

Les objectifs de l'étude étaient d'identifier la perception et les attentes des consommateurs envers le vin et la viticulture biologiques, de déterminer leurs motivations d'achat et d'établir les besoins du marché du vin bio, afin de pouvoir améliorer l'étiquetage et la communication.

L'étude a été menée sous forme de groupes de discussion, appelé « focus groupe », 4 par pays [Italie (IT), France (FR), Allemagne (DE) et Suisse (CH)]. Chaque groupe est composé de 7 à 12 consommateurs, invités à répondre à des questions ouvertes, destinées à leur permettre d'exprimer leur opinion et leur perception sur les vins biologiques.

Les participants consommateurs appartenaient à deux catégories :

- des consommateurs réguliers d'aliments biologiques, la moitié ayant goûté au vin bio (O) ;
- des consommateurs de vins de qualité (W).

Une large part des discussions a été consacrée à l'utilisation des additifs et auxiliaires œnologiques ainsi que l'étiquetage (voir encart).

### Critères d'achat et de qualité

En Italie et en Suisse, les consommateurs des deux focus groupes choisissent les vins surtout pour leur origine géographique. En France, les vins sont choisis en fon-

tion de l'occasion. En Allemagne, le goût est le principal critère. Le cépage et les recommandations d'amis ou d'œnologues semblent avoir une moindre importance dans la décision d'achat.

La qualité gustative et l'origine du vin (pays, région, terroir) sont les deux principaux critères d'évaluation de la qualité d'un vin. Lorsque les consommateurs connaissent le vignoble et le vigneron, le vin acquiert une certaine identité qui concourt à sa qualité. Devant la large gamme de vins proposée par les supermarchés et les magasins spécialisés, les consommateurs ont du mal à identifier les bons vins. Alors, les recommandations

des amis et des cavistes sont largement prises en compte. La réputation du vigneron est également un élément déterminant. Les consommateurs français et allemands apprécient d'avoir l'avis d'un caviste et de pouvoir déguster les vins avant de les acheter.

## Image du vin biologique

La viticulture et la vinification ont une image plutôt positive, due notamment à l'absence de pesticides de synthèse dans la production. Les consommateurs attendent d'un vin bio qu'il soit produit sans ou presque additifs et substances nocives. Ainsi, aux yeux de la plupart des participants consommateurs, le vin bio est un produit pur, naturel et authentique sans résidus nocifs. Il est en général perçu comme plus sain qu'un vin conventionnel. Le vin AB est associé à la production à petite échelle, à caractère artisanal, alors que le vin conventionnel plutôt à la production de masse. Pourtant, l'image gustative du vin bio n'est pas à la hauteur de celle de sa production : la majorité des consommateurs des groupes ont une perception plutôt négative. Pour les consommateurs habituels de produits biologiques, cette perception est plus nuancée.

Plusieurs participants affirment avoir déjà goûté du vin bio quelques années auparavant, et avoir été déçus de ses qualités organoleptiques. Depuis, ils n'ont plus essayé, bien que la qualité se soit améliorée ces dernières années comme le montrent les prix gagnés dans les concours et la réputation en hausse des vignobles.

Une autre explication serait la coexistence de plusieurs règlements privés nationaux de vinification : ils pourraient être à l'origine de différences organoleptiques entre vins AB, en comparaison avec le vin conventionnel qui, lui, satisfait le goût du consommateur moyen. Des tests en aveugles d'échantillons de vins AB et conventionnels pourraient permettre de vérifier s'il s'agit

de la persistance de vieux préjugés ou si le vin AB manque toujours en qualité.

Un autre problème serait l'offre réduite ou même absente en vins biologiques chez les cavistes. Si des consommateurs se rendent chez un caviste pour acheter des vins de grande qualité et obtenir des conseils et qu'aucun vin bio ne leur est proposé, ils peuvent avoir l'impression que des vins bio de bonne réputation n'existent pas. D'autre part, dans les magasins spécialisés en produits

biologiques, la gamme de vin est souvent réduite et le personnel des magasins est rarement compétent pour conseiller les clients sur les vins. Il reste donc difficile pour les consommateurs de trouver des lieux d'achat de vins biologiques et d'y obtenir des conseils.

## Recommandations pour les acteurs de la filière

### ■ Pour les décideurs politiques et les administrateurs européens

L'utilisation des additifs et des auxiliaires œnologiques et l'étiquetage sont les aspects les plus pertinents à considérer en vue de la réglementation du vin dans l'Union européenne. Si la vinification biologique est incluse dans le règlement européen de l'agriculture et l'alimentation biologiques ou dans d'autres règlements européens, le consommateur s'attendra à ce que les règles pour le vin bio s'accordent à son image, c'est à dire un produit naturel. La liste des additifs se doit donc d'être brève. Aux yeux des consommateurs, les additifs ne sont en général pas un problème tant qu'ils ne sont pas associés à un risque. Par exemple, les additifs à base d'œufs ou de gélatine pourraient être remplacés par des produits d'origines végétales. En général, les consommateurs ne s'attendent pas à ce que des substances animales soient utilisées en vinification. Aussi, la gélatine a une plus mauvaise réputation depuis la crise de l'ESB.

Le consommateur devra être assuré que le règlement exclut l'utilisation de levures et de bactéries génétiquement modifiées. L'utilisation des sulfites doit répondre à un équilibre entre un taux suffisamment bas pour minimiser les risques pour la santé humaine mais assez élevé pour garantir une qualité satisfaisante du vin. L'étude ne donne aucune indication sur l'interdiction totale des sulfites pour la production de vin biologique, mais une réduction des doses est perçue favorablement même si le niveau exact semble moins important.

Concernant l'étiquetage, les consommateurs sont attachés à la mention de l'origine du vin. Pour l'utilisation de copeaux de bois, les consommateurs sont partagés entre les interdire ou mentionner leur utilisation sur l'étiquette.

Des questions, telles que la restriction de certaines techniques de vinification, ne semblent pas vraiment intéresser le consommateur.

### ■ Pour les responsables d'organisations professionnelles

Sur la base des résultats de cette étude, on peut conseiller :

aux producteurs et organisations de producteurs, de participer à des concours vinicoles afin de démontrer la qualité des produits ; de renforcer la présence des vins biologiques chez les cavistes ; d'améliorer la qualité organoleptique, lorsque nécessaire, et d'organiser des dégustations de vin afin d'augmenter la vente directe.

aux détaillants, d'informer les consommateurs sur le producteur, la méthode de production et de vinification ainsi que le terroir d'origine via des brochures, étiquettes, pages Internet..., d'organiser des dégustations et d'éviter de promouvoir à tout prix le fait qu'un vin soit biologique, aussi longtemps que les qualités gustatives des vins AB souffriront d'une image négative.

### ■ Pour les instituts de recherche et les services de conseils

D'après l'étude, des recherches semblent nécessaires. En vue de réduire l'utilisation d'additifs et d'auxiliaires œnologiques correspondant aux attentes de nombreux consommateurs, notamment concernant l'utilisation des sulfites<sup>1</sup>. Bien que l'aspect santé ait une importance secondaire, de nombreux consommateurs dans cette étude associent la production biologique aux questions de santé. Des recherches plus poussées sur les substances ayant un impact positif sur la santé, comme les métabolites secondaires (par exemple, le resvératrol), seraient susceptibles d'intéresser ce public. D'autre part, les services de conseil devraient soutenir les viticulteurs biologiques et les vinificateurs dans leur effort d'amélioration de la qualité de leurs vins, en proposant davantage de connaissances sur les facteurs qui contribuent à la production de vins de grande qualité.

<sup>1</sup> Une partie du programme ORWINE est consacrée à ce sujet, et fera l'objet d'articles dans Alter Agri



#### POUR EN SAVOIR PLUS

Rapport et synthèses complets sur [www.itab.asso.fr](http://www.itab.asso.fr), rubrique « Programmes de recherche » - Orwine  
Contact : [monique.jonis@itab.asso.fr](mailto:monique.jonis@itab.asso.fr)