



Les Rencontres du  
**Végétal**

**9<sup>e</sup>**  
édition

**2017**  
**16 & 17 janvier**

**AGROCAMPUS OUEST**  
ANGERS, FRANCE

**RECHERCHE**  
**EXPÉRIMENTATION**  
**INNOVATION**

Fruits  
Légumes  
Ornement  
Plantes aromatiques  
et médicinales  
Semences  
Cidriculture  
Viticulture  
Paysage

**Diversité des AOC-Diversité des labels  
environnementaux- diversité des  
consommateurs-Quelle stratégie de  
valorisation pour la filière viticole?**

**Prof Frédérique JOURJON**  
**Directrice Recherche et Valorisation**  
**Usc GRAPPE ESA-INRA**



# Contexte et enjeux

- A l'enjeu d'évolution technique et d'adaptation de la viticulture au changement climatique s'ajoute **l'enjeu environnemental**,
- Politiques publiques, réglementation : PNDAR 2014-2020 , PAQUET ENERGIE Climat 2014 , Ecophyto 2020
- Agriculture = 20% des Gaz à effet de serre
- Contribuer à l'atténuation du changement climatique en faisant évoluer les pratiques viticoles ( réduction des gaz à effet de serre)
- Intégration des mesures agro-écologiques dans cahier des charges des AOC/IGP- Mars 2016

## Diversité d'attentes des consommateurs

- Les consommateurs internationaux sont de plus en plus sensibles à des informations environnementales.
- En Europe, 72% des consommateurs demandent un étiquetage carbone obligatoire des produits et 15% y sont favorables (IPSOS ,Juillet 2009).
- 80% des consommateurs français demandent plus d'informations sur les conditions de production mais la préoccupation environnementale est en repli au profit de la préoccupation « santé » (Ethicity, 2013) et origine/naturalité des produits.
- **Peu de travaux sur les attentes spécifiques en ce qui concerne le vin ;** Le vin peu concerné dans expérimentation française sur l'affichage environnemental (MEDE novembre 2013 )

# De nombreux éléments interviennent dans les choix des consommateurs et dans leurs appréciations des vins



# DIVERSITE DES LABELS ENVIRONNEMENTAUX



# LA JUNGLE DES AFFICHAGES ....ENVIRONNEMENTAUX ET AUTRES



E. LECLERC WATTRELOS  
POINT ACCUEIL  
TEL : 03.20.20.99.99  
BONJOUR,

Caisse 040-0090 18 avril 2008 17:08  
Ticket 18/04/08 0 1547 05200

* BLANC DE POULET	1,58
* SAUCISSES	1,39
* YOGURT VANILLE	2,50
* GÂTEAU	1,83
* MOUTARDE	1,82
* PUR JUS D'ORANGE	1,60
* METTOYANT CUISINE	1,70
* COLORATION CHEVEUX	11,10
* DENTIFRICE	1,10
<hr/>	
Total 9 articles	24,12
Soit en francs : 158,22	
(1 euro = 6,55957 francs)	
Espaces	24,12
Rendus	0

MERCI  
DE VOTRE CONFIANCE  
A BIENTOT !

Le bilan CO<sub>2</sub> de mes courses est de :  
**13,38 kg eq CO<sub>2</sub><sup>(1)</sup>**

Plus le chiffre est faible, mieux  
c'est pour ma planète !!

Pour en savoir plus, RDV sur le stand à l'entrée  
du magasin ou sur le site  
[www.jeconomisemaplanete.fr](http://www.jeconomisemaplanete.fr)

(1) Ce chiffre correspond au calcul des émissions de gaz effet de serre en équivalent CO<sub>2</sub> des produits indiqués par une étiquette dans la liste de mes achats.



L'INDICE CARBONE de ce produit

450g eq CO<sub>2</sub>

Faible impact  
environnemental

Fort impact  
environnemental

Plus d'informations : [www.produits-casino.fr](http://www.produits-casino.fr)  
ou SERVICE CONSOMMATEURS



	CO <sub>2</sub> } 6 km
	1155g }
	EAU } 15 s
	6,2 litres }
	ECO } 2,66 m <sup>2</sup>
	SYSTÈMES } de biodiversité fragilisée



Effet de serre



Eau



Biodiversité



Ressources Naturelles

photos Yann Chabin

## Quelle stratégie de communication environnementale pour la filière viticole en particulier pour les vins d'AOC ?

- Quelles sont les perceptions et les attentes des consommateurs vis-à-vis des labels environnementaux ?
- Quelle interaction AOC/ environnement pour les consommateurs?
- Leur niveau d'implication ( vin et environnement) modifie-t'il leur perception ?
  -

# Méthodologie : Approche Qualitative



## Groupes focus

8 à 12 personnes

Tous âges et sexe ratio partagé

2 heures d'entretien

- 2 régions :
  - Angers
  - Lille

⇒ **2 focus**

Une grille d'entretien commune abordant critères d'achat, les labels qualité et labels environnementaux, perception de la performance environnementale de produits, perception de l'étiquetage environnemental, projection à 10 ans...

# Méthodologie : Enquêtes quantitatives

## **Enquêtes consommateurs**

**4 Enquêtes nationales quantitatives via internet, réseaux sociaux et forums - en 2012,2013,2014,2015**

**Base de données des Vignerons Indépendants de France, Association de consommateurs, Fichier Consommateurs Grappe, Fichier Anciens ESA, réseaux sociaux et personnels...**

**TOTAL: 3700 réponses**

# L'implication environnementale et l'implication « vin»: des clés de segmentation pertinentes

## 1. Vous aimez apprendre sur le vin :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 2. Lorsque vous trouvez des articles sur le vin, vous les lisez :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 3. Vous vous intéressez de manière active à la fabrication du vin, vous allez chercher des informations :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 4. Les vins, le monde viticole en général, correspondent pour vous à une passion :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 5. Lors de vos achats, vous choisissez en priorité des produits respectueux de l'environnement :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 6. Vous avez de bonnes connaissances sur l'environnement :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 7. Comparé à votre entourage, vous considérez avoir plus de connaissances sur l'environnement :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 8. Lorsque vous trouvez des informations relatives aux questions environnementales, vous les lisez :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

## 9. Dans votre vie quotidienne, vous êtes attentif à réduire votre impact environnemental par le tri des déchets, l'utilisation d'énergies renouvelables, la récupération d'eau, un transport raisonné :

Pas du tout d'accord    1    2    3    4    5    Tout à fait d'accord

		Implication Environnement		
		Faible(E1)	Moyenne (E2)	Fort (E3)
Implication Vin	Faible(V1)	V1E1	V1E2	V1E3
	Moyenne (V2)	V2E1	V2E2	V2E3
	Fort (V3)	V3E1	V3E2	V3E3

# QUELQUES RÉSULTATS : DIVERSITE DES LABELS ENVIRONNEMENTAUX

Quelle Importance accordée aux messages  
environnementaux et quel niveau de connaissance des  
labels environnementaux ?

# Le critère environnemental n'est clairement pas un critère d'achat pour le consommateur-

## Focus GROUPE

### Angers

- Goût
- Millésime
- Renommée
- Entourage, menu
- Origine
- Marque
- **AOC**
- **Médaille**
- Forme de la bouteille
- Nature du bouchon
- Couleur
- Tirage en quantité limitée
- Publicité

### Lille

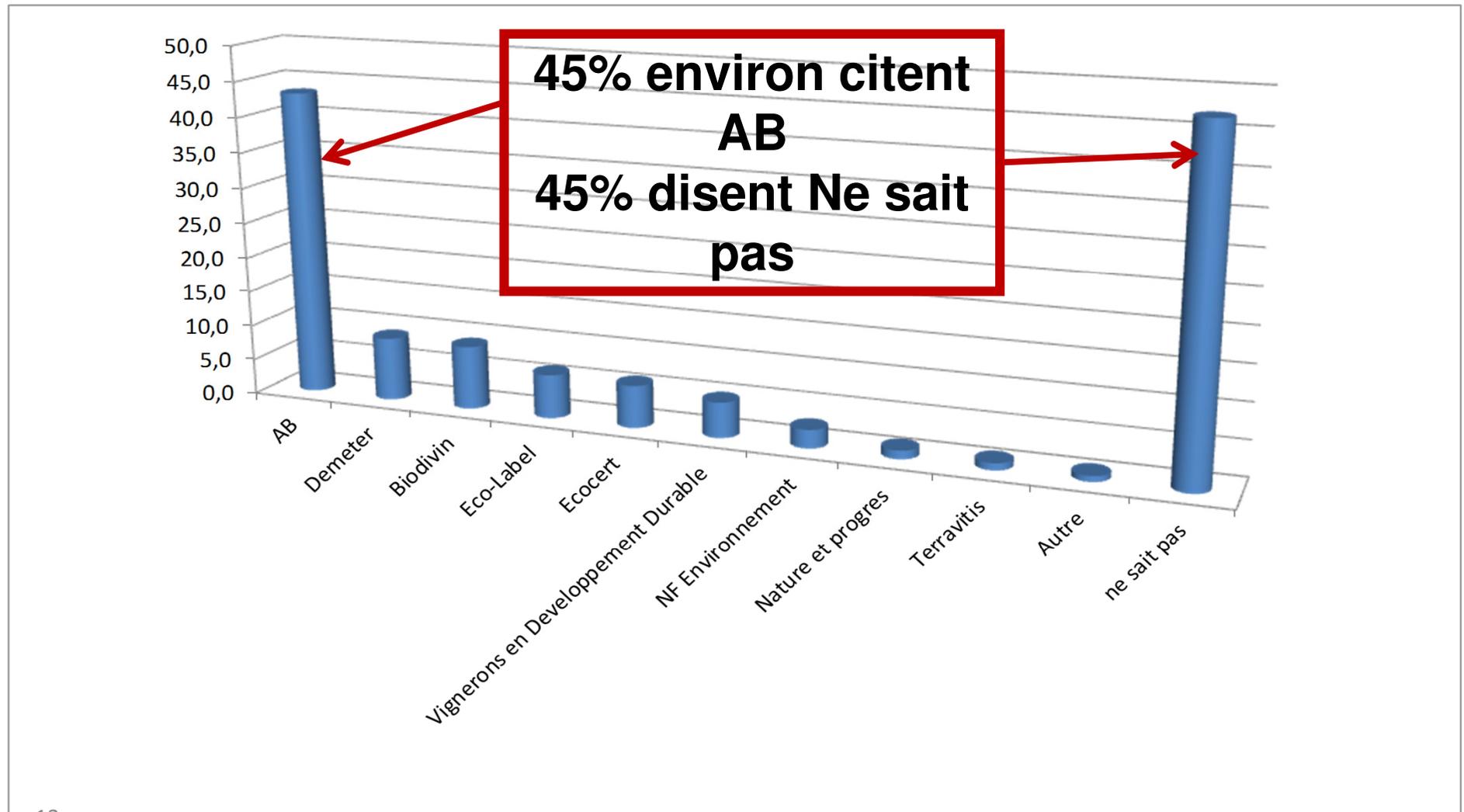
- Renommée
- **Références à des guides**
- Familiarité
- Etiquette
- Appellation
- **Prix**
- Entourage, menu
- Région
- **Conseil** (personne, internet..)
- Millésime
- Moment de consommation (garde ou pas)



**Grande similarité entre les deux régions, avec quelques particularités**

# Pouvez-vous me citer des labels environnementaux

*liés aux vins?* Enquête 2012-1300 consommateurs



## Quels sont les logos liés à l'environnement cités spontanément par le consommateur de vin?

### Angers

- Bio (AB)
- Château
- Fait à l'ancienne
- Agriculture/viticulture raisonnée
- Vignoble non traité

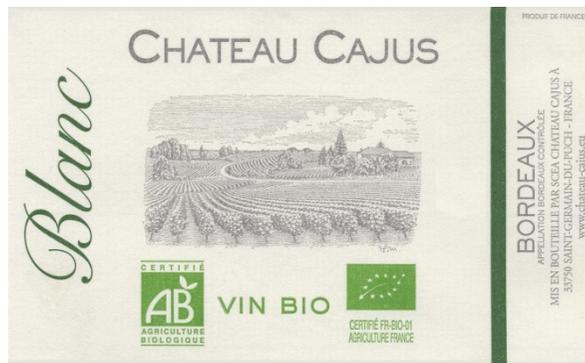
### Lille

- Bio
- Etoile (recyclage pour vin californien)
- Récolté à la main
- Sans sulfite
- Sans pesticide ? (pas sûr de l'avoir vu)



Très peu de logos cités... méconnaissance

# Lequel de ces 2 vins vous semble le plus respectueux de l'environnement ? (Focus Groupe)



**AB**  
**9**

?



**8**

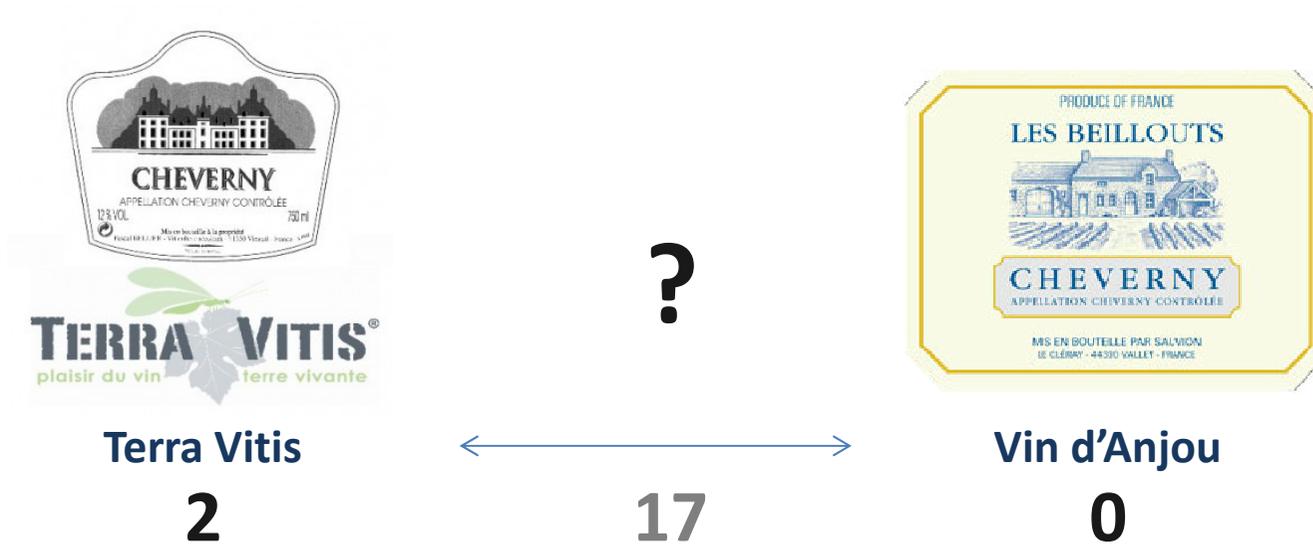


**Non AB**  
**2**

« Le cahier des charges pour les vins AB est très compliqué, donc je fais confiance » (Angers)

« J'ai des doutes avec le bio, si le voisin traite, on n'a pas de preuve que le vin est bio » (Lille)

# Quel vin est meilleur pour l'environnement ?



« On ne connaît pas, c'est du latin? »

⇒ Logo inconnu du public

## Quel vin est meilleur pour l'environnement ?



**Français**  
**8**

**?**



**Afrique du Sud**  
**1**



**10**

« Nous n'avons pas d'info sur la façon dont c'est produit en Afrique du sud »

« Le côté législatif en France est plus respectueux de l'environnement en France »

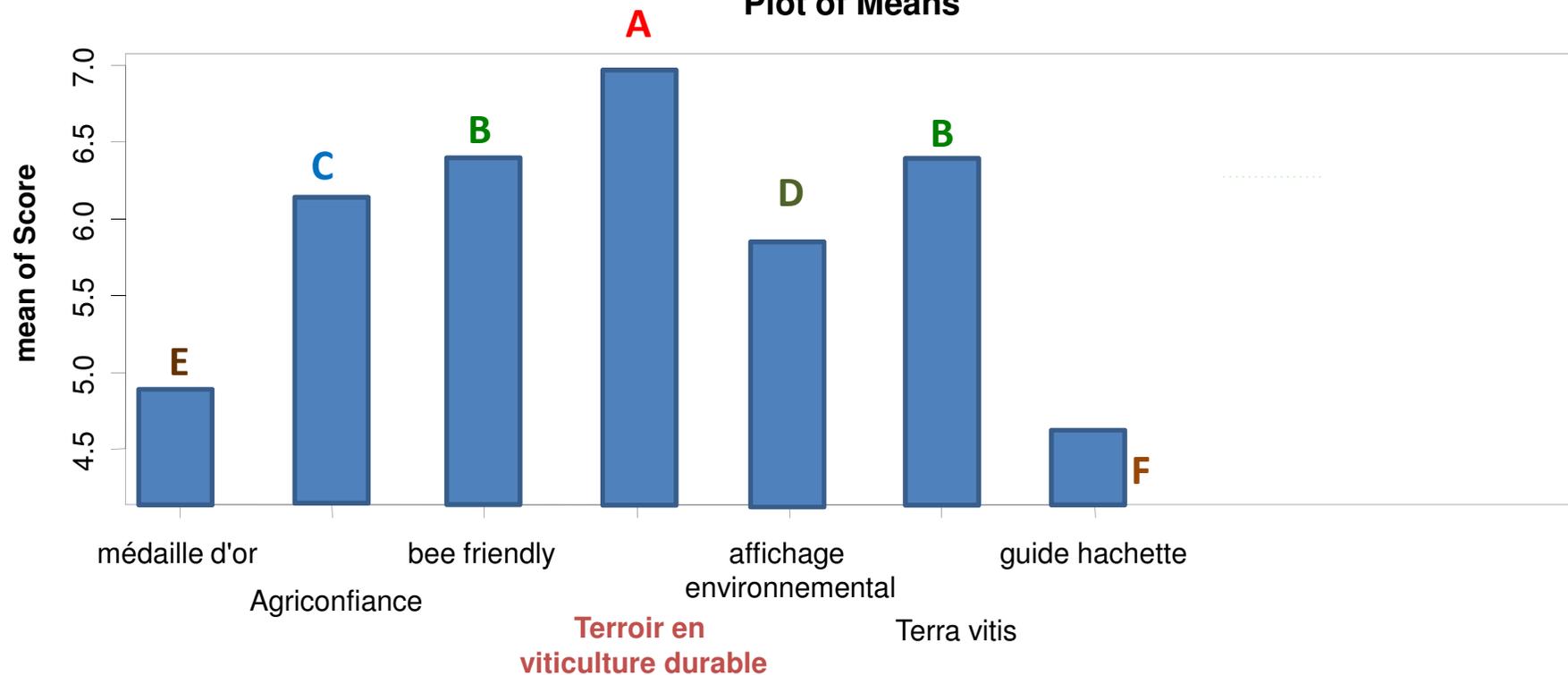
« C'est plus loin donc on a des coûts de transport »

⇒ **Conscients des problèmes de transport**

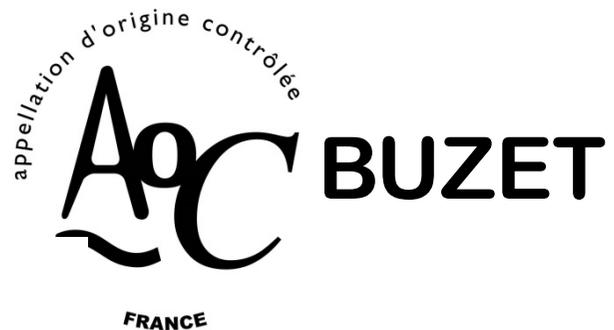
# Notation des produits en fonction de du message environnemental-

582 consommateurs – Enquête 2015

Plot of Means



Les vins présentant le logo Terroir en Viticulture durable obtiennent la meilleure note



## TERROIR EN VITICULTURE DURABLE

Les raisins sont issus de parcelles à faibles rendements. Aucun engrais chimique n'est utilisé. La faune et la flore sont favorisées pour recréer un écosystème favorable à la vigne.

appellation d'origine contrôlée  
**AOC BUZET**  
FRANCE

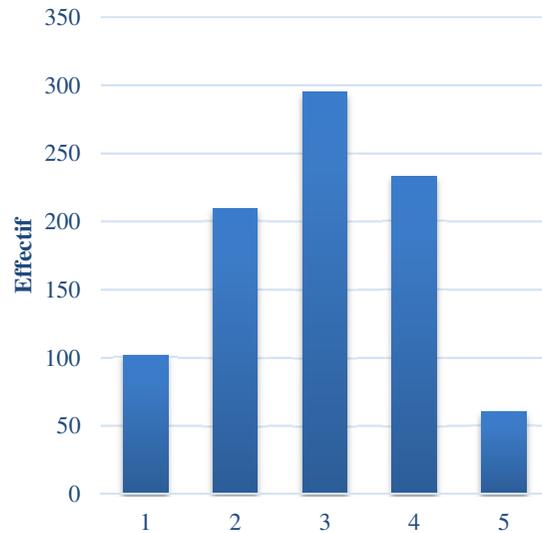


La certification Bee Friendly identifie et promeut les produits et systèmes de production respectueux des pollinisateurs

# QUELQUES RÉSULTATS

Quelle interaction prix/environnement ?

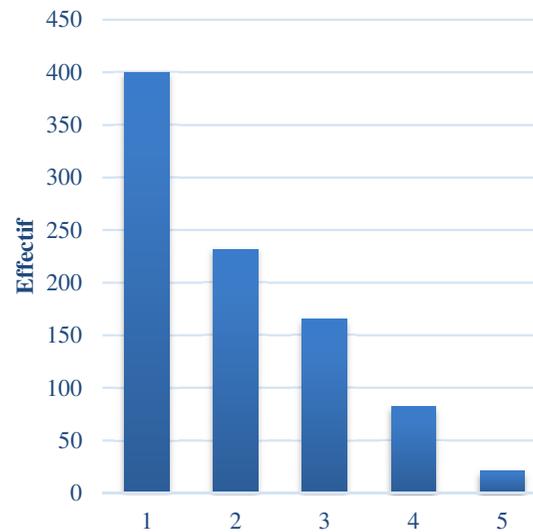
**: Un vin RE vous évoque un prix plus élevé**



« Le respect de l'environnement n'impacte pas forcément le prix du vin »

« Un vin respectueux de l'environnement n'est pas forcément moins bon » .

**Un vin RE vous évoque une moins bonne qualité**



Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 Tout à fait d'accord

## Consentement à payer plus cher un vin respectueux de l'environnement?

- ▶ **OUI** pour Les consommateurs fortement Impliqués ENV (E3)
- ▶ **NON** pour les consommateurs fortement impliqués VIN ( V3) et faiblement ENV(E1)

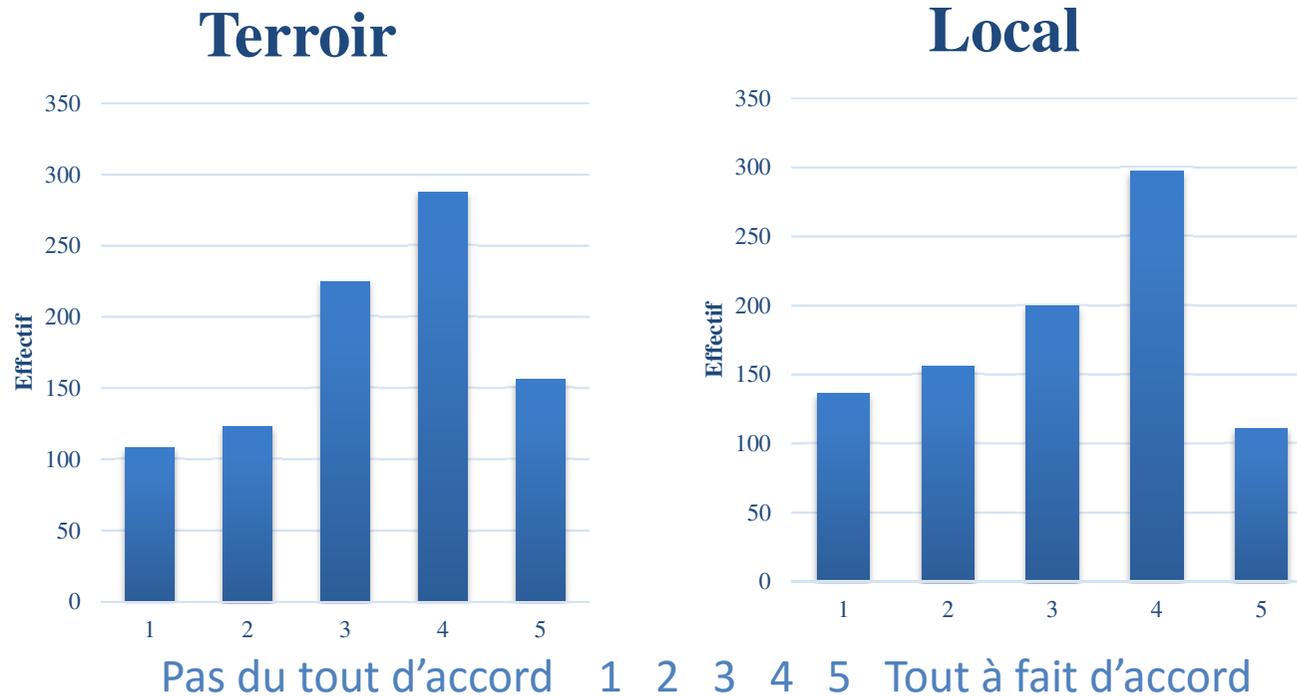
	1	2	3	4	5	Total
V1E1 ←	29	21	33	14	3	100
V1E2	9	13	36	37	5	100
V1E3 ←	4	3	29	39	25	100
V2E1 ←	23	27	36	12	2	100
V2E2	4	10	43	36	7	100
V2E3 ←	1	7	29	40	23	100
V3E1 ←	36	22	27	13	2	100
V3E2	6	7	34	44	9	100
V3E3 ←	2	9	24	36	29	100
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>119</b>	<b>291</b>	<b>271</b>	<b>105</b>	<b>900</b>

**Légende:** Le chiffre 1 correspondant à « pas du tout d'accord » et le chiffre 5 à « tout à fait d'accord »

# QUELQUES RÉSULTATS : DIVERSITÉ DES AOC

Toutes les catégories de vin ont-elles la même image environnementale ?

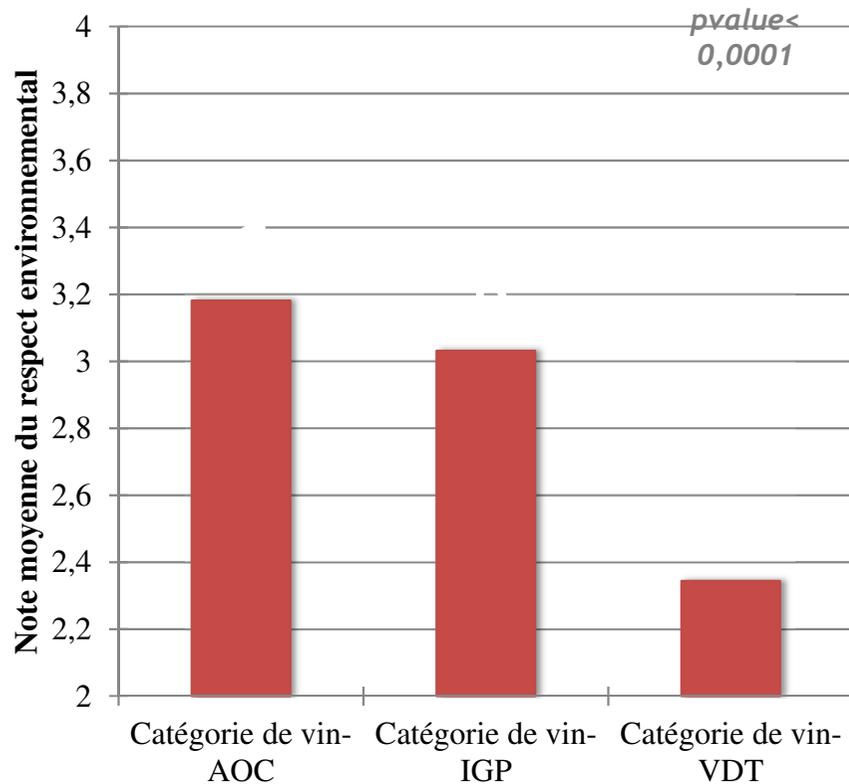
Quelle interaction AOC/ environnement?



- 
- **Globalement pour les consommateurs : un vin de terroir, un vin local est plus respectueux de l'environnement**

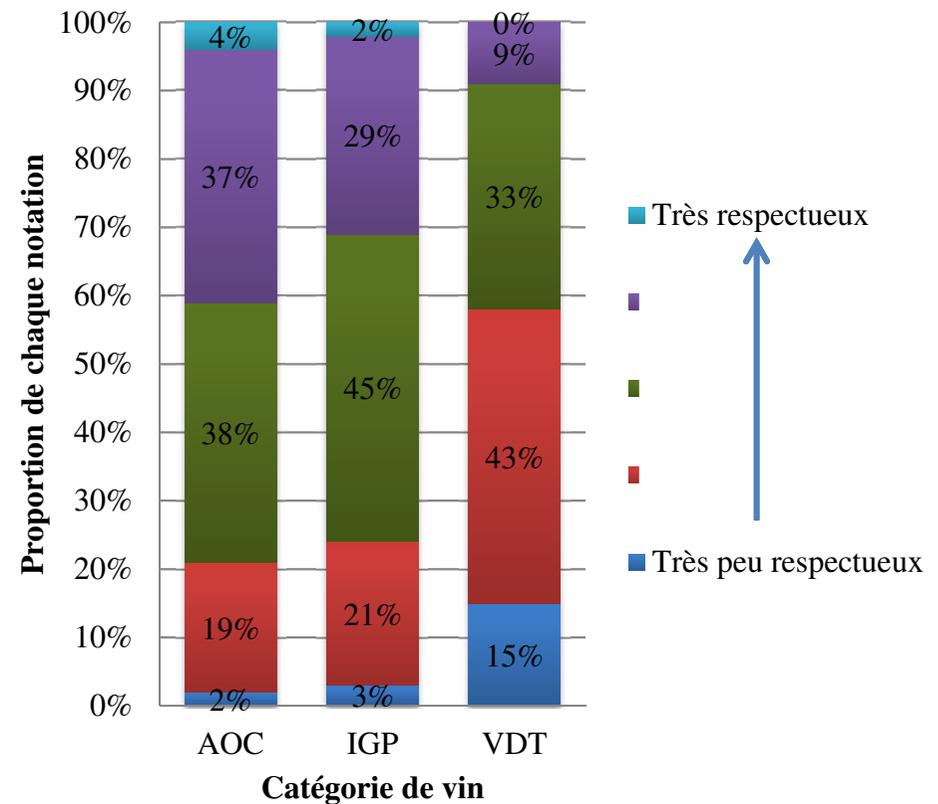
# Des différences entre les catégories de vin

Graphique de la note moyenne du respect environnemental de chaque catégorie de vin



Modèle :  $Notes_{env} \sim impliv_{in} \times impli_{env} \times label + juge + \epsilon$

Graphique de la proportion de chaque type de réponse dans la notation moyenne des catégories de vin





?



**AOC**  
**9**



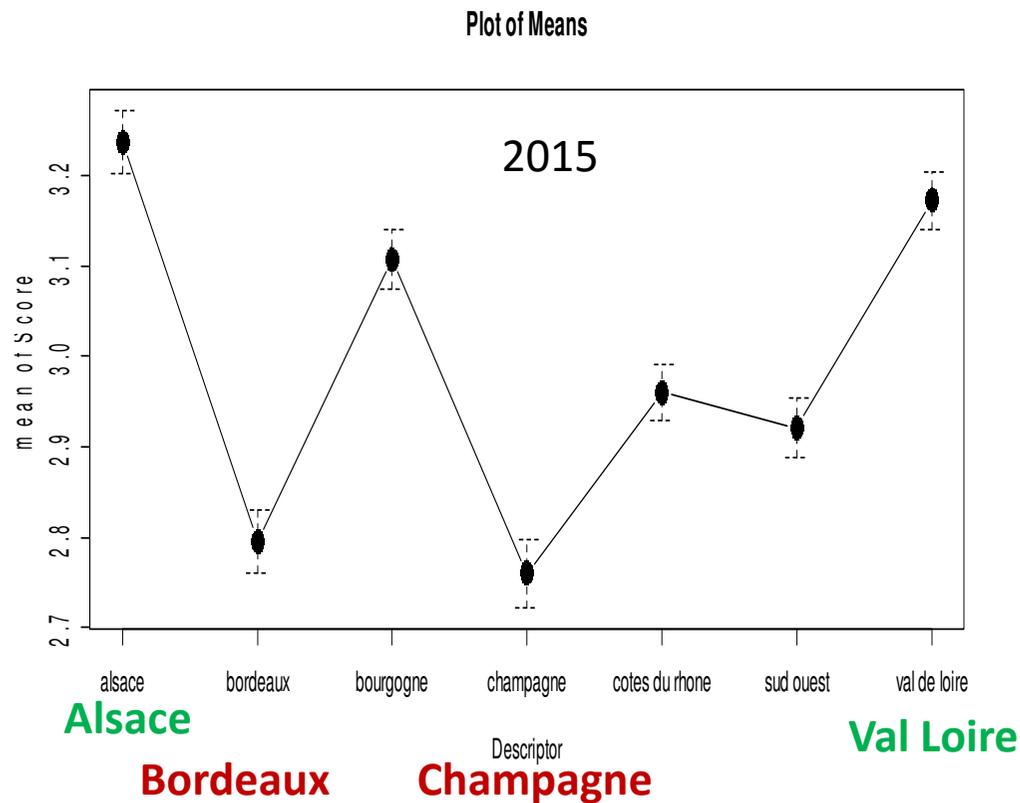
**Vin de pays**  
**1**

« On sait d'où ça vient, c'est contrôlé donc plus respectueux de l'environnement »

« C'est contrôlé, on a plus confiance »

⇒ **AOC = contrôles donc c'est mieux!**

# Influence de la région et de la notoriété de l'AOC

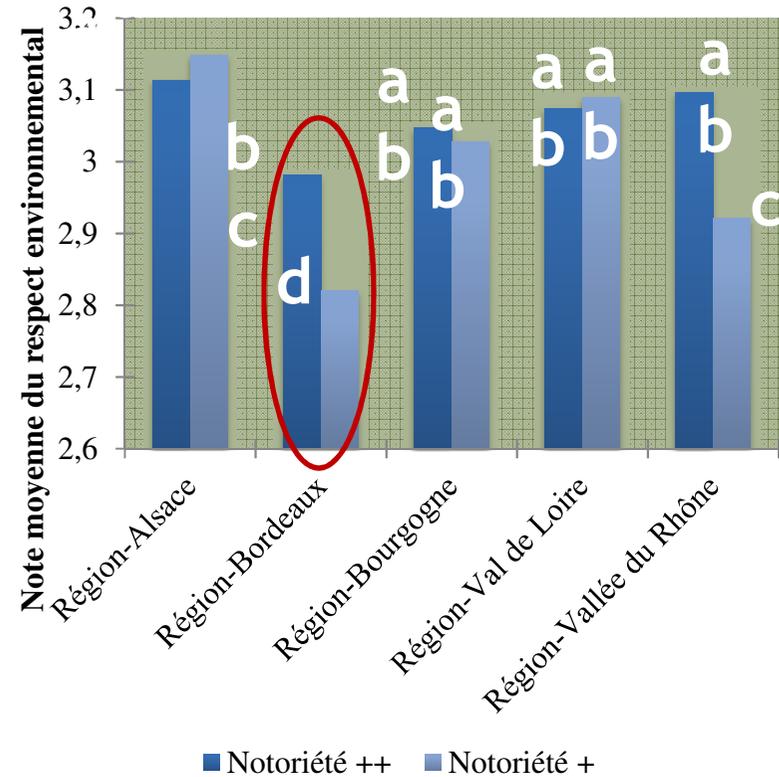


- Classement des régions comparables entre 2014 et 2015
- Alsace et Val de Loire ont la meilleure image environnementale
- Bordeaux et Champagne, la moins bonne

# Influence de la région et de la notoriété de l'AOC

Notation du respect  
environnemental de chaque  
AOC

Modalité	Moyenne estimée	Groupes	
Alsace	3,124	A	
Val de Loire	3,077	A	B
Bourgogne	3,033	B	C
Vallée du Rhône	3,004		C
Bordeaux	2,900		D



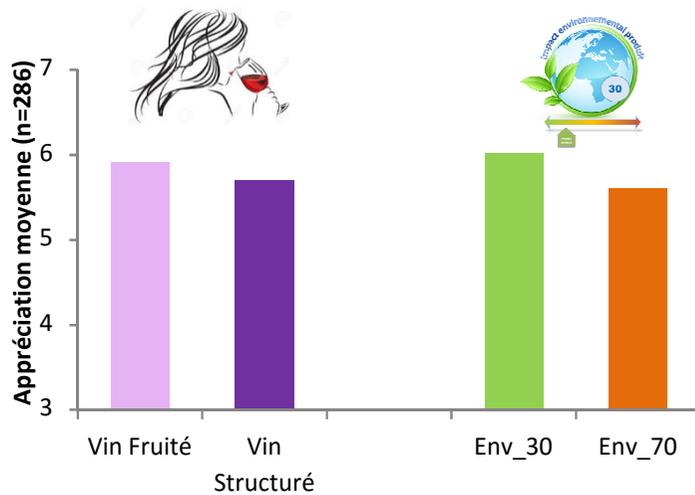
Modèle :  $Notesenv-implivin \times implienv \times régionx \times notoriété + juge + \epsilon$



## QUELQUES RÉSULTATS

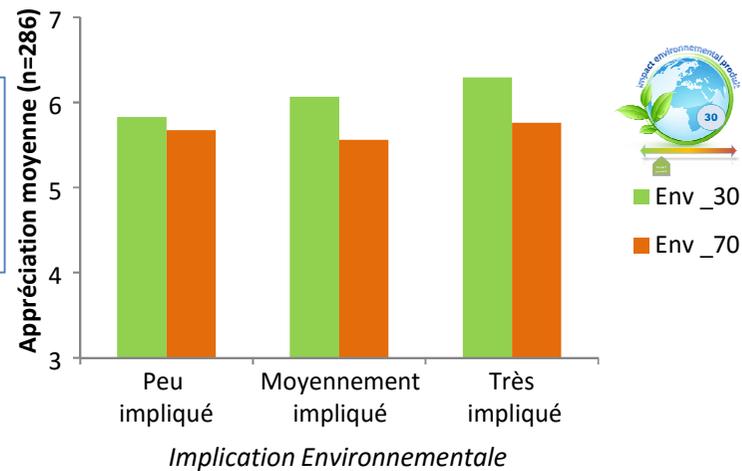
Quelles interactions entre logos environnementaux , AOC et perception de la qualité des vins ?

# L'affichage environnemental modifie l'appréciation des consommateurs



Les vins présentant une meilleure performance Environnementale ( 30) sont significativement plus appréciés « sensoriellement » par les consommateurs

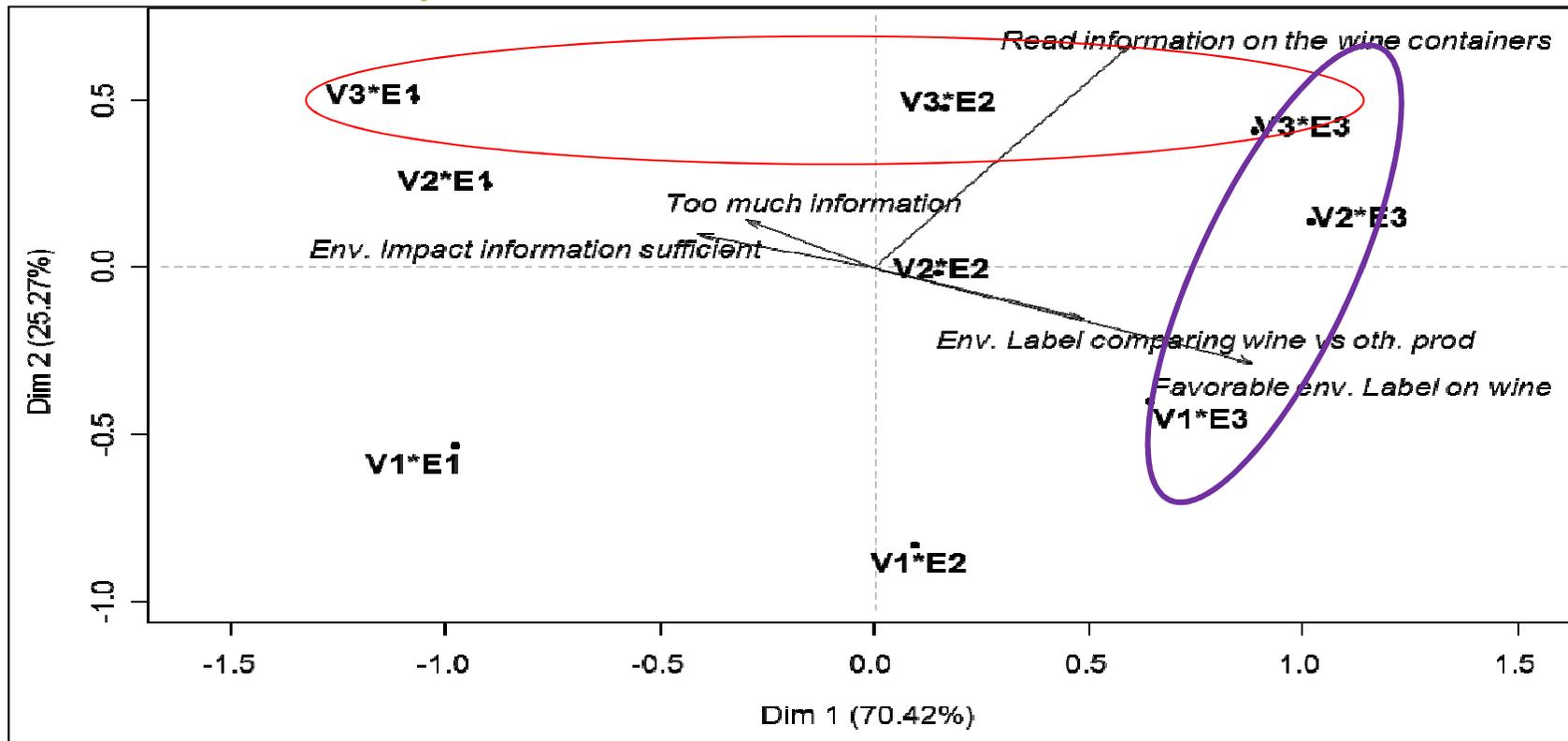
•Cet effet est sensiblement plus marqué pour des consommateurs ayant une sensibilité environnementale (E3)



# QUELQUES RÉSULTATS : DIVERSITÉ DES CONSOMMATEURS

Quelle attente vis-à-vis d'un affichage  
environnemental ?

## Attente d'affichage variable selon le niveau d'implication des consommateurs

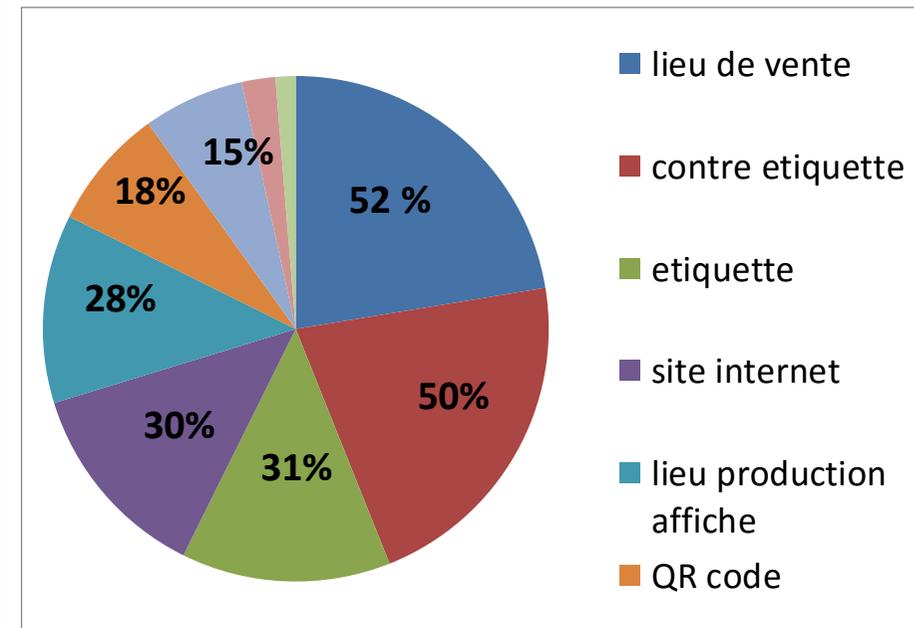
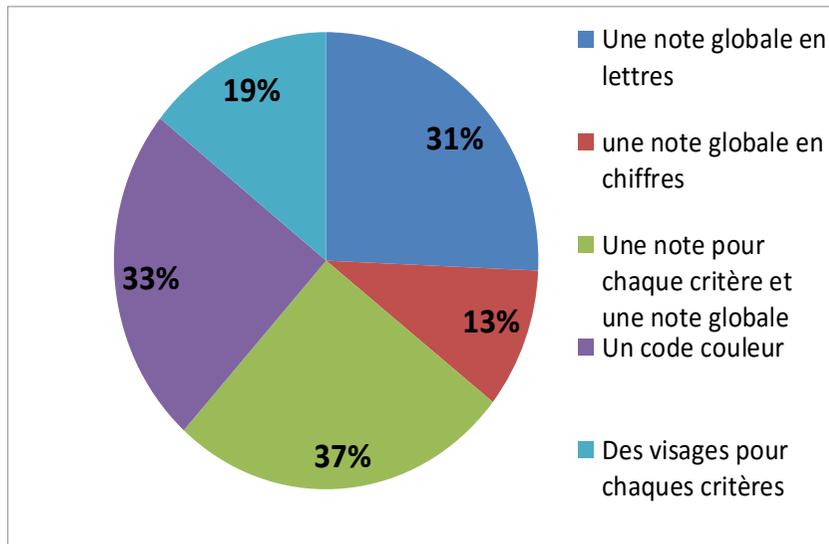


**Plus les consommateurs sont impliqués dans le vin moins ils sont demandeurs d'un affichage environnemental**

**Les consommateurs impliqués ENV attendent davantage d'informations et sont favorables à un affichage sur bouteille**

# Format et support de l'information environnementale

- une note pour chaque critère accompagnée par une note globale (37%)
- Un code couleur 33%



- sur la contre-étiquette (50%) ou l'étiquette (31%) et/ou
- sur le lieu de vente avec une affiche (52%).

# En conclusion

- Une méconnaissance des Ecolabels en dehors de AB, renforcée par la diversité des labels
- L'affichage environnemental du vin : une attente des consommateurs à nuancer selon les profils des consommateurs et leur niveau d'implication
  - Profil des consommateurs verts (Jeunes urbains, actifs, CSP +, niveau formation supérieur) Vergez 2011-
- Une communication à adapter sur les bouteilles selon les circuits de distribution et les marchés cibles, notamment export
- Des interactions implicites entre AOC et Respect de l'environnement  
Les vins d'AOC bénéficient auprès des consommateurs d'une « image de respect de l'environnement » et plus globalement les produits sous signe AOC
- Des perceptions différentes selon les régions viticoles et le niveau de notoriété de l'AOC

# En conclusion

- La double performance « environnement-qualité » des systèmes de production viticoles est un enjeu incontournable compte tenu du contexte
- Les produits de terroir, d'AOC bénéficient d'une confiance des consommateurs et répondent à ce double enjeu
- L'intégration des mesures agro-écologiques dans le cahier des charges des AOC ( Mars 2016) est une opportunité pour faciliter la communication environnementale et renforcer la compétitivité des vins



Les Rencontres du  
**Végétal**

**9<sup>e</sup>**  
édition

**2017**  
**16 & 17 janvier**  
**AGROCAMPUS OUEST**  
ANGERS, FRANCE

**RECHERCHE**  
**EXPÉRIMENTATION**  
**INNOVATION**

Fruits  
Légumes  
Ornement  
Plantes aromatiques  
et médicinales  
Semences  
Cidriculture  
Viticulture  
Paysage

**Diversité des AOC-Diversité des labels  
environnementaux- diversité des  
consommateurs-Quelle stratégie de  
valorisation pour la filière viticole?**

**Merci pour votre attention**

**Plus d'informations**

**[f.jourjon@groupe-esa.com](mailto:f.jourjon@groupe-esa.com)**

**Tel 02 41 23 55 17**

