



Crédit photo Touraine— vins du Val de Loire

Adaptation des pratiques viticoles et vinicoles face au changement climatique dans une Indication Géographique : approche territoriale de l'AOC Touraine

Annie Sigwalt¹, Marie Refalo², Cécile Coulon-Leroy¹

¹ École Supérieure d'Agricultures (ESA), Angers

² ODG Touraine, Noyers sur Cher

Oratrices : Annie SIGWALT – Cécile COULON-LEROY

En viticulture, les enjeux de réduction d'emploi des produits phytosanitaires, d'adaptation au changement climatique, et de préservation des sols sont particulièrement prégnants. Malgré les politiques visant la transition agroécologique, les pesticides restent largement utilisés et leurs ventes jusqu'ici relativement stables avec néanmoins une légère progression dans l'achat de produits dits « non-CMR [»]. Par ailleurs, les effets du dérèglement climatique sont déjà bien perceptibles, jouant tant sur l'avancée des stades physiologiques de la vigne que sur la composition des raisins, et ce, même dans une région viticole au climat océanique comme le Val de Loire. De plus, cette production se situe majoritairement en France dans le contexte d'une production contrôlée et protégée par les cahiers des charges d'Indications Géographiques (IG). C'est pourquoi il est intéressant d'analyser comment les enjeux environnementaux et climatiques peuvent impacter le devenir d'un secteur professionnel dans un territoire couvert par une IG et plus spécifique une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). C'est l'objectif de l'étude que nous avons conduite avec l'organisme de défense et de gestion de l'AOC Touraine, tout en impliquant des étudiants, futurs professionnels du secteur. A travers une démarche d'analyse sociotechnique d'un bassin de production, conduite en plusieurs étapes, grâce à l'implication de ses professionnels, nous avons mis en évidence des solutions potentielles applicables sur les plans de la conduite technique de la vigne et au chai, ainsi que leurs répercussions sur l'organisation du travail sur les vignobles. Au-delà de ces entrées techniques, il est aussi nécessaire d'anticiper sur les évolutions de marché, tant en termes de répartition du marché entre négociants et vignerons, qu'en termes de typicité des vins produits, et de communication, afin que les consommateurs (et leurs prescripteurs) gardent leur attachement à des vins toujours en compétition sur les marchés français et mondiaux.