

CE QUE LE CONSOMMATEUR ATTEND DU VIN BIO – ETUDE QUALITATIVE DE LA CONSOMMATION

Auteurs : Hanna Stolz et Otto Schmid –FIBL, Suisse

Traduction : Anton Pinschof (IFOAM), Monique Jonis (ITAB)

Abstract

Im Rahmen des internationalen Forschungsprojektes ORWINE (Organic viticulture and wine-making) wurde im Sommer 2006 eine qualitative Konsumentenstudie zum Thema Image von und Erwartungen an Biowein in den vier Ländern Italien, Frankreich, Deutschland und Schweiz durchgeführt. In allen vier Ländern bewerteten die Verbraucher Biowein positiv hinsichtlich seiner Produktions- und Prozessqualität. Allerdings hat die Studie auch gezeigt, dass Biowein immer noch ein eher negatives Image in Bezug auf seine sensorischen Eigenschaften hat, obwohl die sensorische Qualität von Biowein inzwischen nach Meinung eines Teils der Konsumenten deutlich zugelegt hat. Konsumenten erwarten, dass Biowein ein gesundes, pures und natürlich erzeugtes Produkt ist. Eine kritische Haltung gegenüber bestimmten Zusätzen und Hilfsstoffen, besonders gegenüber Schwefelsulfit, wurde verzeichnet.

Within the international research project ORWINE (Organic viticulture and wine-making), a qualitative consumer study about the image and perception of organic wine was carried out in summer 2006 in the four case study countries: Italy, France, Germany and Switzerland. In all case study countries, organic wine has a positive image regarding grape production and wine processing. However, regarding its sensorial quality, organic wine still faces image problems although it has improved in the meanwhile according to a part of the focus group participants. Consumers expect organic wine to be healthy, pure and naturally produced. Besides, they have a critical attitude towards certain conventional wine processing methods, and especially towards sulphites.

Pendant l'été 2006, une étude qualitative auprès des consommateurs a été réalisée dans les quatre pays: Italie, France, Allemagne et Suisse partenaires du projet de recherche internationale ORWINE (viticulture et vinification biologiques). Le thème de cette recherche était l'image du vin biologique et l'attitude des consommateurs vis à vis de sa production et de sa qualité. Les consommateurs des quatre pays ont évalué positivement la production du vin. Toutefois, l'étude a montré que les vins biologiques ont une image plutôt négative en ce qui concerne ses qualités gustatives, même elle s'est améliorée depuis quelques années. Les consommateurs s'attendent à ce que le vin biologique soit un produit sain, pur et naturel. Une attitude critique envers les méthodes de vinification conventionnelles a été trouvée, en particulier en ce qui concerne les sulfites.

Introduction

Depuis les années '90, le secteur du vin de l'agriculture biologique est en croissance continue et, en 2004, la part du vignoble biologique atteignait 3.4% en Italie (IT), 1.9% en France (FR), 2.4% en Allemagne (D) et 2.4% en Suisse (CH) (Willer and Yussefi, 2006). Dans les premiers temps de la production de vin biologique, l'attention s'est focalisée sur la recherche d'alternatives aux pesticides et aux engrais chimiques de synthèse, et une moindre attention a été prêtée à la cave et à la qualité du vin (Willer and Yussefi, 2006). Ainsi, le vin biologique ne jouit pas d'une bonne réputation quant à ses qualités gustatives et, aujourd'hui encore, les préjugés sur la moindre qualité des vins bios persistent. L'hypothèse de départ de cette étude est que les vins bio, dans certaines régions, souffrent encore d'un problème d'image concernant leur qualité, surtout sur les aspects gustatifs.

Les études qualitatives du projet OMIaRD « Organic Marketing Initiatives and Rural Development » menées, dans plusieurs pays européens, montrent que pour les consommateurs de produits biologiques, l'aspect santé est primordial. Pour les consommateurs réguliers, les soucis écologiques sont également importants comme motivation d'achat, tandis que pour les consommateurs occasionnels, le goût est particulièrement important. (Zanoli et al. 2004).

Bien que la recherche ait soutenu la production biologique de raisins et de vin (Willer and Yussefi, 2006) pendant les deux dernières décennies, on sait très peu de choses sur les perceptions et attentes des consommateurs par rapport au vin bio ; il n'existe aucune étude pan-européenne. Les données sur les acheteurs de vin bio, leurs motivations et freins à l'achat, sont rares, de même que celles sur leurs perceptions et leurs attentes sur le vin et la viticulture biologiques.

Ainsi, une enquête qualitative de la consommation (par des discussions de groupe) a été réalisée dans le cadre du projet européen ORWINE (viticulture et vinification bio: *friendly technologies for organic wine quality improvement and scientifically based legislative framework*).

Les objectifs de cette recherche étaient d'identifier les perceptions et 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 les questions d'étiquetage et les stratégies de communication. Le but principal était d'explorer les connaissances de différents types de consommateur et leurs préférences en matière de vin bio et viticulture bio. D'autres questions concernaient les préférences des consommateurs entre différents concepts d'étiquetage et leur perception des sulfites et autres additifs et auxiliaires œnologiques en vinification bio. En outre, l'étude portait sur la perception des raisins de table biologique et sur des aspects plus généraux de la viticulture biologique, tels que son impact écologique.

Méthodologie

Pour cette étude sur les attentes des consommateurs envers le vin bio, ainsi que sur l'image perçue, c'est une méthode qualitative qui a été choisie, c'est à dire, l'utilisation de groupes de discussion. La méthode qualitative se caractérise par un petit échantillon non-représentatif et vise à identifier les attitudes, perceptions et arguments des consommateurs autour d'une certaine thématique. Ainsi, les données sont analysées par leur contenu et non par leur statistiques (Kamenz 2001).

Le travail en groupes de discussions est la méthode qualitative la plus répandue (Hair et al. 2006). Les groupes de discussion se composent de 6 à 12 participants, invités pour une discussion interactive et spontanée durant en général une heure et demi (Hair 2006). La méthode ne s'appuie pas simplement sur une série de questions prédéterminées, son succès dépend de l'interactivité du groupe: les consommateurs ont tendance à se montrer

moins hésitants à exprimer leurs opinions sur un sujet ou un produit lorsqu'ils participent en discussion de groupe. En plus, les discussions en groupe se prêtent bien à l'identification des lacunes des consommateurs et à révéler les besoins cachés des consommateurs, leurs désirs, leurs attitudes, leurs sentiments, leurs comportements, leurs perceptions et motivations concernant des biens, des services et des pratiques. Etant donné que le but de cette étude était de comprendre la perception des consommateurs, leurs motivations et leur attitude sur le vin et la viticulture biologique, la méthode des groupes de discussion était particulièrement bien adaptée.

Les discussions en groupe ont eu lieu pendant l'été 2006 dans les quatre pays de l'étude : Italie (IT), France (FR), Allemagne (DE) et Suisse (CH). En tout, quatre groupes de discussion par pays, chacun de 7 à 12 participants, ont été conduits dans chaque pays pour un total de 16 groupes. Les participants étaient des consommateurs appartenant à deux groupes cibles différents :

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

Deux discussions se sont déroulées par type de groupe et par pays. Les groupes ont été identifiés par un questionnaire de recrutement. Ce questionnaire consistait en deux parties. Dans la première étaient considérées des caractéristiques typiquement socio-démographiques, telles que l'âge et le genre, dans la seconde partie, les questions étaient spécifiques à chaque groupe ciblé.

Afin de rendre comparables les discussions et résultats entre les différents pays étudiés, les groupes de discussion suivaient une procédure commune d'une durée d'une heure et demi.. Les animateurs devaient suivre la procédure afin d'éviter au maximum les distorsions entre les différents pays de l'étude.

La base de données à analyser était la transcription des enregistrements sonores des discussions en groupe. Par comparaison entre les pays, des similarités et différences ont été identifiées dans l'étape suivante.

Résultats et discussion

Critères d'achat et critères de qualité

L'étude portait à la fois sur les critères d'achat et les critères de qualité du vin. Le tableau 1 résume l'importance relative des critères d'achat des participants aux groupes de discussion. En plus, le tableau montre les similarités et les différences entre les deux groupes ciblés: consommateurs de vins de qualité (W) et consommateurs bio (O), ainsi qu'entre les quatre pays étudiés : Italie (IT), France (FR), Allemagne (DE) et Suisse (CH). En Italie et en Suisse, les consommateurs dans les deux groupes cibles choisissent les vins surtout d'après l'origine géographique. En France, c'est l'occasion de consommer, en Allemagne c'est le goût, qui ont été les critères le plus souvent cités. Les critères cépage et recommandations d'amis ou d'œnologues semblent avoir une moindre importance dans la décision d'achat.

Tableau 1: Résumé des critères d'achat du vin et leur importance selon les pays étudiés (IT, FR, DE, CH) et les groupes ciblés (O, W)

Critère d'achat	IT		FR		DE		CH	
	O	W	O	W	O	W	O	W
Origine géographique	✓✓	✓✓	✓	✓	✓	✓	✓✓	✓✓
Cépage	✓✓	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	(✓)
Occasion	(✓)	(✓)	✓✓	✓✓	✓	✓	(✓)	(✓)

Goût	✓	✓	(✓)	(✓)	✓✓	✓✓	(✓)	(✓)
Diversité	✓	✓	✓	✓	(✓)	(✓)	✓	✓
Type de vin	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Conseil, Recommandation	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
Point d'achat	✓✓	✓✓	✓	✓	✓	✓	-	-
Système de production	(✓)	-	(✓)	-	nv	nv	(✓)	(✓)
Présentation	✓	✓	-	-	-	-	✓	-

✓✓ = très pertinent; ✓ = pertinent; (✓) en partie pertinent; - = non pertinent; O = consommateur bio; Q = consommateur de vin de qualité, nv = non répondu; - not mentionné.

Le tableau 2 donne un résumé de chacun des critères de qualité du vin et leur importance dans les pays étudiés et dans les groupes ciblés. Comme prévu, une bonne qualité de vin est surtout liée aux qualités gustatives., l'origine du vin joue aussi un rôle important. Outre le pays d'origine, la région et le terroir sont aussi des éléments d'une bonne qualité. 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. Ainsi, les conseils jouent un rôle important et, surtout, les recommandations des amis et des cavistes. En outre, la réputation du vigneron joue un rôle important. Les participants français et allemands disent chercher particulièrement les avis du caviste et apprécient de pouvoir déguster les vins avant de les acheter.

Tableau 2: Critères de qualité du vin, selon les pays étudiés et les groupes ciblés

Critère de qualité	IT		FR		DE		CH	
	O	W	O	W	O	W	O	W
Origine géographique (Pays d'origine, région d'origine, terroir)	(✓)	(✓)	✓✓	✓✓	-	-	✓✓	✓✓
Système de production	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Vinification	✓	✓✓	-	-	-	-	(✓)	(✓)
Goût	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Pureté	✓	✓	✓	✓	(✓)	(✓)	✓✓	✓✓
Salubrité / santé	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Présentation	-	-	✓	✓	(✓)	(✓)	✓	✓
Point d'achat	-	-	✓✓	✓✓	✓	✓	-	-
Prix	-	✓	-	-	✓✓	✓✓	-	✓
Diversité	✓	✓	-	-	-	-	(✓)	(✓)

✓✓ = très pertinent; ✓ = mentionné; (✓) partiellement mentionné; - = non mentionné

L'image du vin bio

L'image du vin bio varie selon divers aspects: production des raisins, vinification et qualité, dans tous les quatre pays étudiés et groupes ciblés (voir tableau 3). Pourtant, dans les deux groupes ciblés, la viticulture et la vinification ont une image plutôt positive, due spécialement à l'absence de pesticides chimiques de synthèse dans la production. En outre, 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 étant plus sain qu'un vin conventionnel. En outre, le vin conventionnel est associé à la

production de masse, tandis qu'au contraire, le vin bio est associé à la production à petite échelle, à caractère artisanal.

Pourtant, l'image gustative du vin bio n'est pas à la hauteur de celle des moyens de sa production: dans les deux groupes ciblés, la majorité des consommateurs exprime une perception plutôt négative du goût du vin bio. Pour les consommateurs habituels de produits bio, cette perception est plus nuancée avec une perception positive ou, au moins, pas de différence entre les vins bio et conventionnels.

Tableau 3: Comparaison des images du vin bio eu égard aux aspects production, vinification et qualité, selon les pays étudiés et les groupes ciblés

Image	IT		FR		DE		CH	
	O	W	O	W	O	W	O	W
Produit sans pesticides	+	+	nv	nv	+	+	+	+
Produit pur et non pollué	o	o	o	o	o	o	+	+
Disponibilité	-	nv	-	o	-	o	-/+	-/+
Goût	nv	-/o	-	-	-	-/+	-/o	-/o
Salubrité / santé	+	+	nm	+/o	-	+	+	+
Rapport qualité - prix	-	-	-	-	-	-	+	+/o
Confiance	-/+	-	+	+	-/+	-/+	-/+	nm

+ = image positive; o = ni positive ni négative; - = image négative; nm = non mentionné, nv = non disponible

Plusieurs facteurs sont responsables de cette image gustative plutôt négative du vin bio : au tout début de la viticulture bio, les producteurs se concentraient plus sur la production des raisins et moins sur la vinification (Geier 2006). C'est probablement ce qui a conduit à la réputation organoleptique négative du vin bio, et qui persiste encore. Plusieurs participants des groupes de discussions affirment avoir une fois goûté du vin bio, quelques années auparavant, et avoir été déçu de ses qualités organoleptiques. Depuis, ils n'ont plus essayé, bien que la qualité se soit améliorée ces dernières années, avec pour preuve, les prix gagnés dans les concours et la réputation en hausse des vignobles.

Une autre explication de l'image organoleptique négative des vins biologiques serait la co-existence de plusieurs règlements privés nationaux de vinification qui pourraient être à l'origine de différences organoleptiques entre vins bio, en comparaison avec le vin conventionnel qui, lui, satisfait le goût du consommateur moyen. Des tests en aveugles d'échantillons de vins bio et conventionnels pourraient permettre de vérifier, s'il s'agit de la persistance de vieux préjugés ou si le vin bio manque toujours en qualité.

Un autre problème serait l'offre réduite ou même absente en vins bio chez les cavistes. Plusieurs participants des groupes de discussion parlent de visites rendus dans des magasins spécialisés afin d'acheter des vins de grande qualité et d'obtenir des conseils professionnels sur les vins. Si aucun vin bio n'est proposé, les consommateurs peuvent avoir l'impression que des vins bio de bonne réputation n'existent pas. De plus, certains vignerons biologiques ne vendent pas leurs vins sous certificat bio, en raison de l'image négative des qualités gustatives du vin bio.

Acceptation par les consommateurs de certains additifs et auxiliaires oenologiques

Etant donné le manque de connaissance de la part des consommateurs, l'animateur a donné une brève introduction des étapes de la vinification et précise les additifs et auxiliaires de préparation généralement utilisés en vinification. Voilà la liste des intrants décrits : sulfites, enzymes, levures et bactéries sélectionnées, copeaux de bois et gélatine. Après cette

introduction, les consommateurs devaient répondre à la question: acceptaient ou refuseraient-ils tout ou partie des ces additifs et auxiliaires de préparation pour la vinification biologique. Le résultat de cette discussion est résumé dans le tableau 4.

Tableau 4: Attitudes des consommateurs concernant l'utilisation de certains additifs et auxiliaires oenologiques en vinification biologique

Sulfites	refusées par la majorité des consommateurs car perception de risque; considérés comme malsains et responsables des maux de tête; associés à de mauvais goûts et arômes du vin; acceptées par une minorité des participants, à cause d'une perception positive de la suppression de micro-organismes, et du fait qu'il n'existe encore aucune alternative, pour la vinification biologique
Enzymes	Un manque de connaissance empêche plusieurs participants de donner un jugement sur l'acceptation d'enzymes en vinification biologique; Certains considèrent les enzymes comme sans nocivité, tandis que d'autres craignent des allergies et refusent ainsi leur utilisation en vinification biologique
Levures sélectionnées	En général admises par les consommateurs car presque aucune risque perçu
Copeaux de bois	controverse entre participants: - une partie accepte leur utilisation en vinification biologique en arguant l'absence de risque sanitaire et le caractère naturel des copeaux de bois. Ils pourraient permettre de réduire les coûts de production - une autre partie s'oppose à leur utilisation en raison d'une perte d'authenticité du vin bio et la crainte d'ouvrir la porte aux arômes et autres additifs en vinification biologique
Gélatines	Une majorité refuse les gélatines et préfère un substitut à base végétale
bactéries sélectionnées	Très peu de réponses ou d'opinions; en général aucun souci (sauf que les levures ne doivent pas être génétiquement modifiées)

Outre la discussion sur chacun des additifs et auxiliaires de préparation, les consommateurs ont proposé trois stratégies différentes pour la création d'un règlement commun pour la vinification:

- 1) Refus général de tout additif et auxiliaire oenologique pouvant avoir un impact négatif sur la santé humaine;
- 2) Refus général des additifs qui influencent le goût des vins et ainsi annulent leur authenticité naturelle;
- 3) Introduction de seuils maximum plus stricts (que dans la réglementation générale des vins) pour certaines substances, telles que les sulfites; déclaration de leur utilisation.

La mise en œuvre de la première stratégie proposée excluait les sulfites de la vinification biologique (en plus des OGM et levures et enzymes) car ils sont perçus par les consommateurs comme risqués. Ceci s'applique aussi aux gélatines supposées transmettre l'ESB par le passé, bien que cela n'ait jamais été prouvé.

Une mise en oeuvre de la deuxième stratégie aurait un impact sur l'utilisation notamment des copeaux de bois, car ils influencent le goût du vin. Bien qu'ils soient un produit naturel, un vin bio produit avec des copeaux de bois perdrait en authenticité.

La troisième stratégie est un compromis plus facile à mettre en oeuvre que les deux autres, tout en étant moins précise et moins logique. D'un coté, des seuils maximum plus stricts seraient plus facile à mettre en oeuvre qu'une interdiction de certains additifs et auxiliaires.. De l'autre coté, limitations sont plus difficiles à contrôler et moins transparentes aux yeux des consommateurs qu'un refus total.

La gélatine occupe une position exceptionnelle car les consommateurs en général ne s'attendent pas à ce que des substances animales soient utilisées en vinification. En plus, la

gélatine a une plus mauvaise réputation depuis son association avec la crise de l'ESB. Ainsi, toute utilisation de gélatines en vinification bio devrait au moins être déclarée. Du point de vue des consommateurs, il serait préférable d'y substituer des intrants végétaux.

Étiquetage et information sur le vin biologique

Quatre stratégies différentes pourraient résulter de la discussion sur l'étiquetage et l'information sur les vins biologiques:

- 1) Faire apparaître sur étiquette la liste complète des ingrédients, additifs et auxiliaires, ainsi que la méthode de vinification;
- 2) Faire apparaître une liste réduite indiquant une sélection des additifs et techniques de vinification;
- 3) Faire apparaître les substances non utilisées en production ou préparation;
- 4) Ne faire aucune déclaration, mais laisser la certification bio signifier l'adhésion à un règlement de vinification sans ambiguïté.

La première solution serait la plus transparente; elle impliquerait pourtant une distorsion de concurrence par rapport à la production conventionnelle du vin, si cette dernière n'a pas l'obligation de satisfaire aux mêmes règles détaillées d'étiquetage. En outre, une liste complète surchargerait à la fois les consommateurs et l'étiquette.

La deuxième stratégie pourrait permettre d'informer les consommateurs de manière transparente, mais la distorsion de concurrence restera si seul le vin bio est sujet à cette obligation d'étiquetage.

La troisième stratégie, étiqueter les substances non utilisées en vinification, serait probablement une façon adéquate d'informer les consommateurs et au même temps de faire connaître les bienfaits de l'agriculture biologique (par exemple, la non utilisation de sulfites). Ce concept d'étiquetage pourrait ainsi être bénéfique en termes de potentiel de vente du vin bio.

La quatrième et dernière solution n'impliquerait pas de situation de distorsion de concurrence pour le vin bio, mais les consommateurs devraient s'informer par eux-mêmes de la différence entre vins biologique et conventionnel. Ceci demanderait trop d'effort pour certains.

Conclusions et recommandations

A) Pour les décideurs politiques et les administrateurs européens

Cette étude identifie les aspects les plus pertinents à considérer en vue de la réglementation du vin dans l'Union européenne, c'est-à-dire d'une part l'utilisation des additifs et des auxiliaires œnologiques et d'autre part l'étiquetage.

Si la vinification biologique incluse dans le règlement européenne 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 l'image du vin bio comme étant un produit naturel. La liste des additifs se doit donc d'être brève. Les additifs ne sont en général pas un problème, du moins qu'il ne sont pas associés à un risque; l'utilisation d'additifs à base d'œufs ou de gélatine, par exemple, être remplacés par des produits d'origine végétales.

Le consommateur devra être assuré que le règlement exige une utilisation de levures et de bactéries libres de tout risque de contamination d'OGM.

Concernant l'utilisation des sulfites, les résultats sont à interpréter de deux façons. Un taux maximum excluant tout risque sanitaire, tout en garantissant un bon vin pourrait être fixé. L'étude ne donnait aucune indication sur l'interdiction totale des sulfites pour la production de vin biologique bien que, pour certains, les sulfites soient perçus comme un point critique. Une réduction des doses maximales de sulfites pourrait pourtant rencontrer de la compréhension des consommateurs engagés ; le niveau exact semble moins important.

Concernant l'étiquetage, les consommateurs veulent savoir d'où vient le vin. La révision proposée du Règlement européen de l'agriculture et l'alimentation biologiques sera plus exigeante concernant l'étiquetage qui devra stipuler l'origine géographique d'un produit, qu'il soit ou non issu de l'Union européenne

Concernant l'utilisation de copeaux de bois, deux possibilités pourront être à considérer: les interdire ou mentionner sur l'étiquette leur utilisation.

Des réponses à d'autres questions, telle la restriction de certaines méthodes de vinification, ne se détache pas clairement de cette étude. Cela ne semble pas être un thème prioritaire de la Commission européenne pour la réglementation du vin bio.

B) Pour les responsables d'organisations professionnelles

Sur la base de l'étude des consommateurs, les recommandations suivantes seront à adresser aux organisations syndicales ou économiques:

Pour les producteurs et les organisations de producteurs

Participer à des concours vinicoles afin de démontrer la qualité des produits;

Renforcer la présence des vins biologiques chez les cavistes;

Améliorer la qualité organoleptique, lorsque nécessaire.

Organiser des dégustations de vin afin d'augmenter la vente directe.

Pour les détaillants

- Sur le point de vente, informer (brochure, étiquette, page Internet) le consommateur sur le producteur, la méthode de production et de vinification ainsi que le terroir d'origine.
- Organiser des dégustations afin de donner au public l'opportunité de goûter avant d'acheter.
- Eviter de pousser en avant le fait qu'un vin soit un vin bio, aussi longtemps que les vins bio souffriront d'une image négative quant à leur qualité.

C) Pour les instituts de recherche et les services de conseils

Cette étude a révélé deux domaines où une recherche pourrait fournir une contribution utile:

- la réduction de l'utilisation d'additifs et auxiliaires œnologiques correspondant aux attentes de nombreux consommateurs, notamment concernant l'utilisation des sulfites.

- 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, tels que les métabolites secondaires (par exemple, le resvératrol), seraient susceptibles d'intéresser ce public.

Des services de conseil devraient soutenir les viticulteurs biologistes et les vinificateurs dans leur effort d'amélioration de la qualité de leurs vins, en disposant de davantage de connaissances sur les différents facteurs qui contribuent à la production de vins de grande qualité.

Pour conclure, cette étude met en évidence quelques champs d'action pour les décideurs politiques, les producteurs et leurs organisations, ainsi que pour les différents opérateurs du marché mais aussi pour les chercheurs et les conseillers.

Remerciements

Les auteurs reconnaissent le soutien financier de la Commission européenne, sous le Thème Prioritaire 1.2 (Viticulture et Vinification biologique) du Sixième Programme cadre de Recherche, Développement Technologique & Démonstration dans le cadre du Projet intégré N° 022769 (Viticulture et vinification biologique : développement de technologies soutenables pour l'environnement et le consommateur, pour l'amélioration de la qualité du vin biologique et un cadre législatif scientifiquement fondé). L'information contenu dans ce rapport ne reflète pas nécessairement l'opinion de la Commission et n'anticipe en aucune manière la politique future de la Commission concernant ce sujet.

Nos remerciements s'adressent aussi aux partenaires du projet: Cristina Micheloni et Raffaella Roviglioni, Marie-Christine Monnier, Dieter Hoffmann et Maik Werner, qui ont participé à la conception, à la réalisation et à l'analyse de cette étude de consommation.

DISCLAIMER: ORWINE Project is supported by European Commission (Proposal/ Contract N° 022769). The information in this document is provided as is and no guarantee or warranty is given that the information is fit for any particular purpose. The user thereof uses the information at his sole risk and liability

Contact : Monique JONIS

ITAB – Mas de Saporta.

34 875 Lattes cedex



Tél. : 00 33 (0)4 67 06 23 93

E-mail : monique.jonis@itab.asso.fr