



Les Rencontres du
Végétal

8^e édition

12-13 JANVIER 2015
AGROCAMPUS OUEST
ANGERS, FRANCE

RECHERCHE
EXPÉRIMENTATION
INNOVATION

.....
Fruits

Légumes

Ornement

Plantes aromatiques
et médicinales

Semences

Cidriculture

Viticulture

Paysage

**Perception par les professionnels des
démarches environnementales en
viticulture. Quelle cohérence avec la
perception des consommateurs ?**

F. JOURJON, R. SYMONEAUX, A. SIGWALT

Unités de recherche GRAPPE et LARESS - UMT VINITERA

Ecole Supérieure d'Agriculture d'Angers



Eco-label Européen.



photos Yann Chabin

- 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).
- **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)



Problématique et objectifs

L'affichage environnemental pour les vins, et en particulier pour les vins d'AOP, présente-t-il un intérêt pour la filière viticole ?

Quelle connaissance/perception
des démarches
environnementales
et de l'affichage environnemental
par les professionnels?
Quels freins et leviers ?

Quelles sont les perceptions et
les attentes des consommateurs
vis-à-vis des labels
environnementaux ?
Leur niveau d'implication et le
niveau de notoriété de
l'appellation modifient-ils leur
perception ?

Volet Professionnels

- I. 2 Enquêtes qualitatives dans vignobles Muscadet , Anjou, Saumur, Centre - en 2012 et 2013

Liste aléatoire via pages jaunes + Fichier viticulteurs des chambres d'agriculture- Exclut Vignerons en AB

Total : 80 réponses

- II. Entretiens qualitatifs avec représentants de la filière viticole – en 2013 et 2014

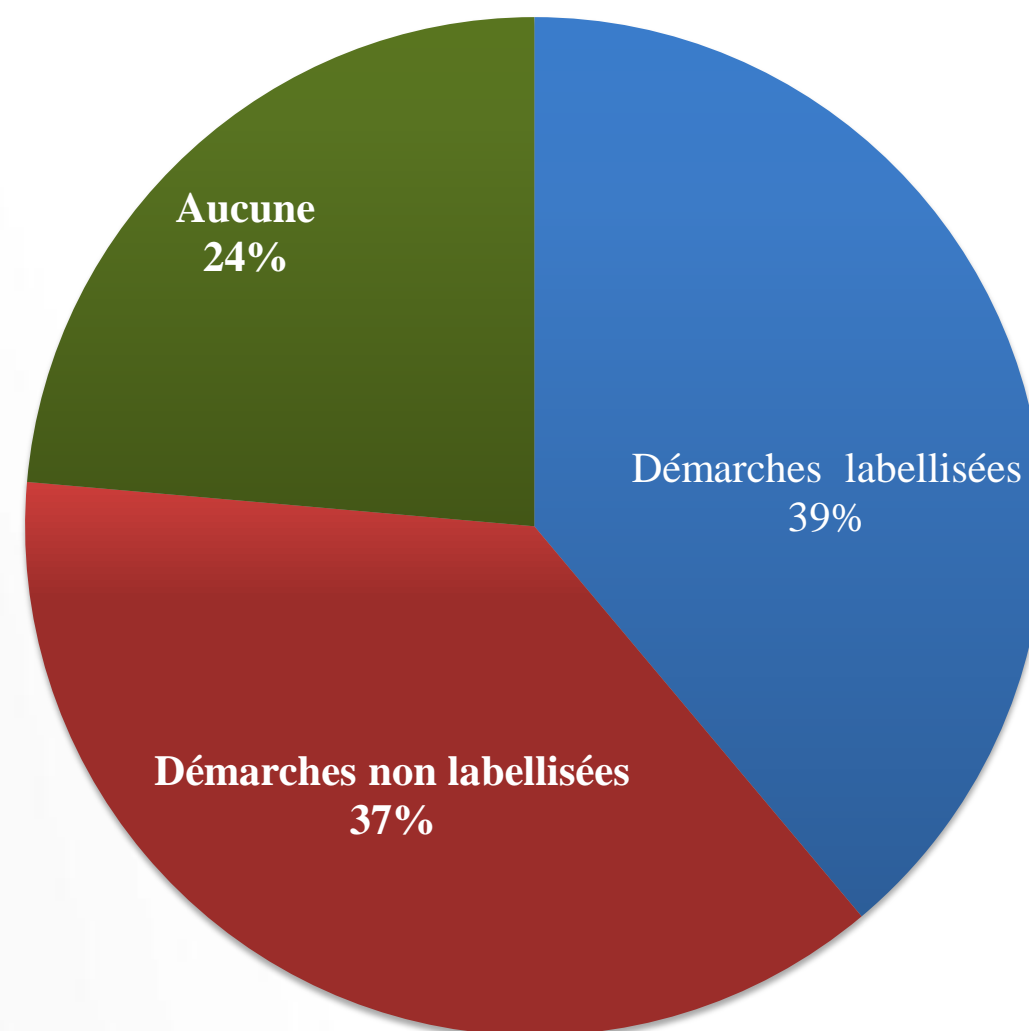
Elus, Organismes professionnels, Metteurs en marchés, Cavistes, G.M.S., Dirigeants entreprises...

Total : 20 entretiens

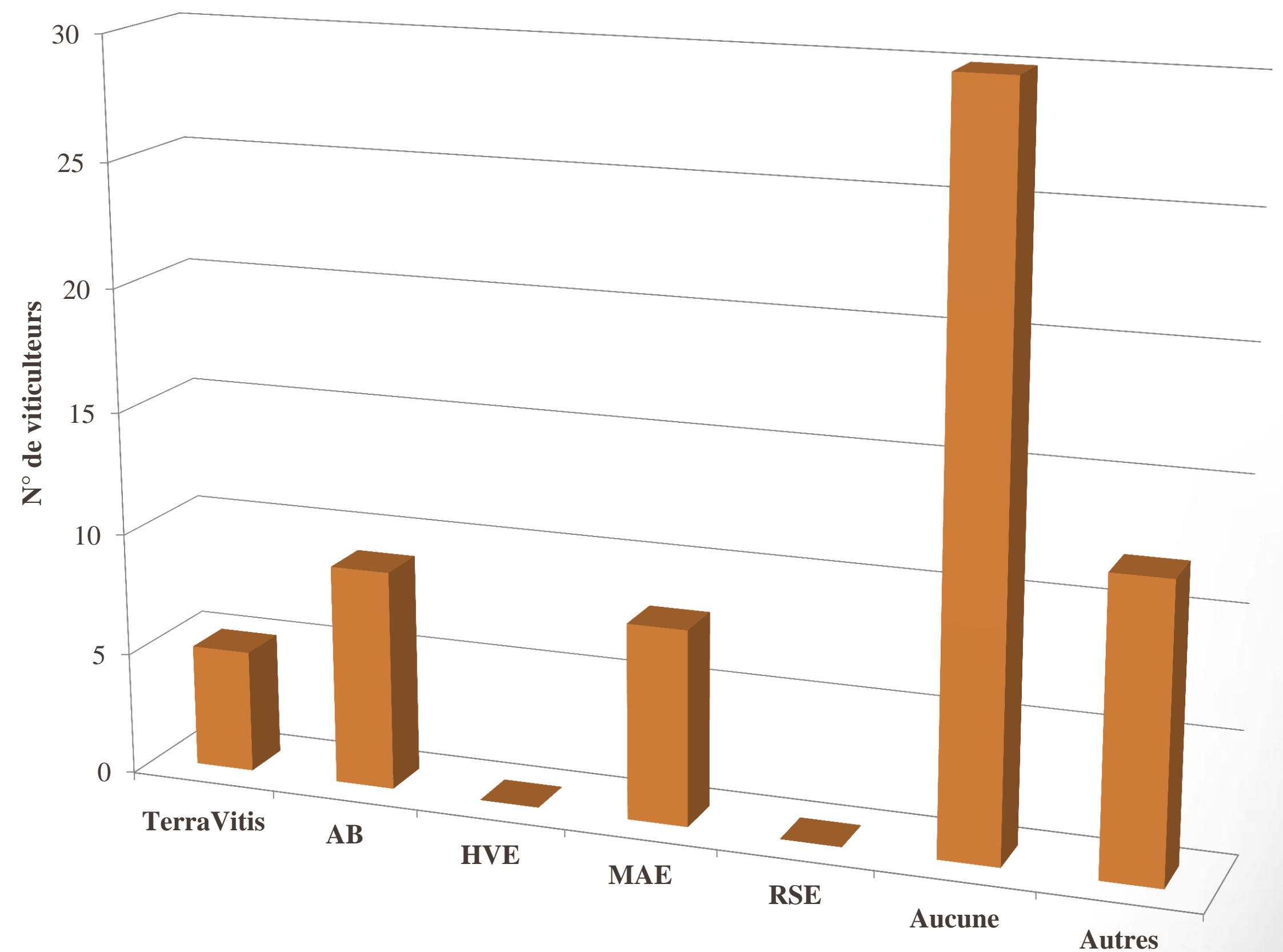
Quelques résultats « volet viticulteurs »

Caractérisation de l'échantillon

Type de démarche adoptée



Adhérents aux démarches labellisées



- Age moyen : 44 ans
- Production : 98% en AOP et 2% en IGP

- **Convictions en matière de protection de l'environnement :**

La quasi-totalité exprime des préoccupations écologiques

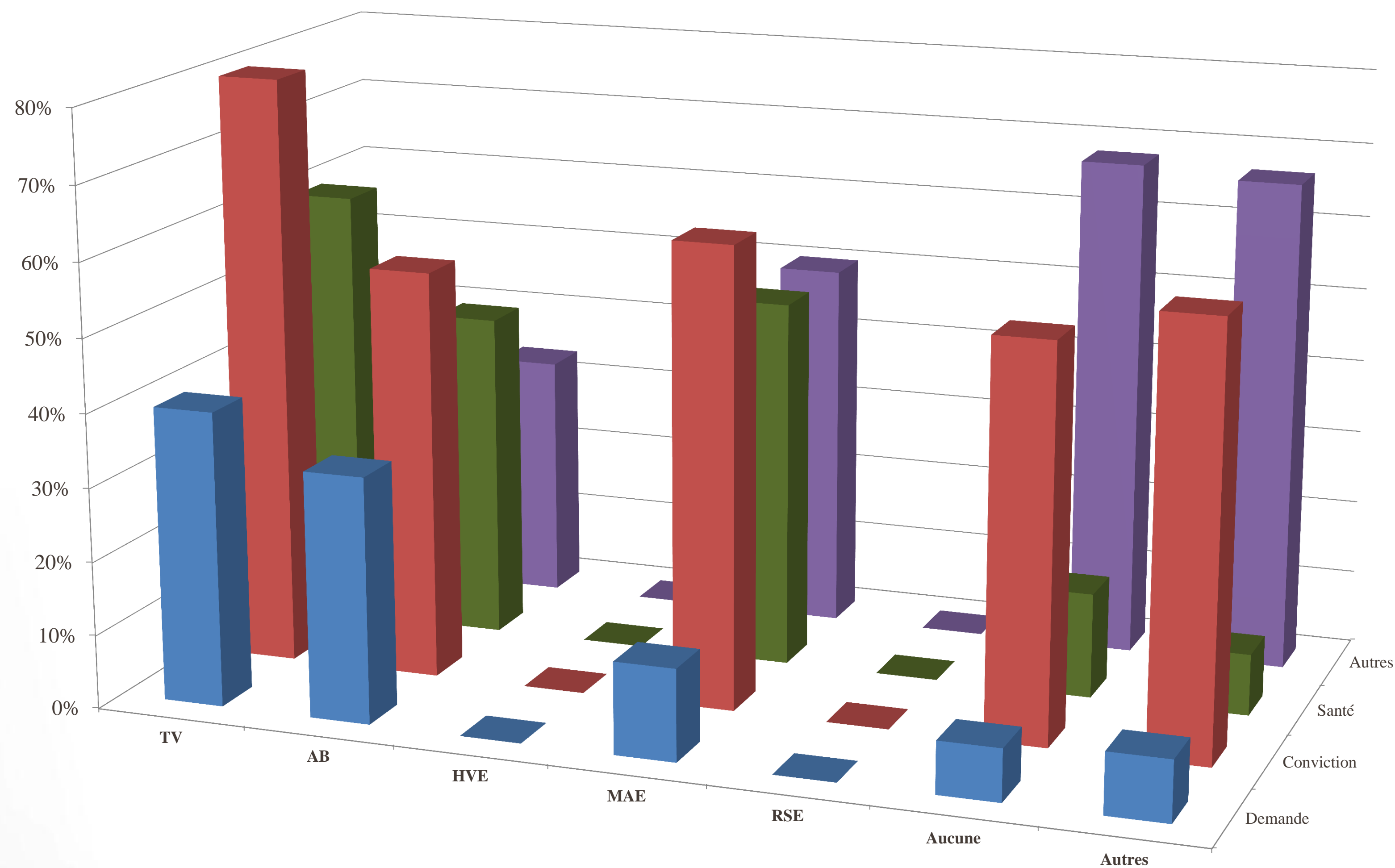
La relation producteur-client joue un rôle important dans le désir de produire des vins de bonne qualité environnementale

Volonté de « *Préserver le cadre de vie et de maintenir les paysages en bon état* »

- **Argument économique :** Économies réalisées au niveau des produits phytosanitaires



Des motivations tirées par des convictions, plutôt que par le marché



- **L'agriculture biologique** apparaît inévitablement dans les conversations
- Les vignerons interrogés témoignent d'une **réelle volonté** d'aller dans le sens d'une agriculture plus respectueuse de l'environnement sans pour autant passer en agriculture biologique

- **Méconnaissance** de la démarche HVE mise en place par le Ministère Agriculture et crainte de sa complexité administrative
- Malaise face aux labels et certifications existantes « *créés dans des bureaux* »
- Incertitude de trouver des **débouchés** aux vins plus écologiques
- **Crainte du temps et des moyens** importants pour mettre en place la certification environnementale sur leur exploitation

- **Perçues comme une alternative au bio à condition qu'elle soit connue par les consommateurs**
- **Communication** : avis mitigés. L'étiquetage relatif aux bouteilles de vin est déjà très chargé et en vente directe les clients interrogent directement les producteurs sur leurs pratiques
- Favorable pour un affichage environnemental « bouteille » sur les marchés d'export et à une communication sur la démarche au niveau de l'entreprise
- **Attentes fortes vis-à-vis des pouvoirs publics mais conscience qu'il s'agit d'un enjeu d'avenir pour l'agriculture**

Quelques résultats du Volet Professionnels de la filière viticole

- **En ce qui concerne l'ACV :**
- la crainte d'une usine à gaz, une forte complexité mais un outil intéressant pour challenger les pratiques
- des craintes de performance médiocre surtout lors de la comparaison entre des familles de produits
- des questions méthodologiques à résoudre
- **Sur l'étiquetage environnemental :** de fortes réserves mais favorables à la communication autour des démarches environnementales (RSE, HVE ..)
- Une obligation à moyen terme au minimum dans la relation client-fournisseur
- Une position en attente de l'expérimentation européenne

- La projection dans les problématiques environnementales n'est pas la même en fonction de **la taille de la structure de production , de sa proximité avec les consommateurs ou les marchés export**
- Globalement **l'environnement** n'est pas une **priorité** pour la filière viticole française car sentiment que les consommateurs sont peu impliqués et que ce sera uniquement des coûts supplémentaires
- **Des doutes sur une réelle attente des consommateurs ;** sentiment que seuls quelques initiés seront intéressés
- Nécessité perçue de définir une **stratégie collective**

Quelle cohérence avec la perception des consommateurs ?

Volet consommateurs

- I. 3 Enquêtes nationales quantitatives via internet, réseaux sociaux et forums - en 2012 , 2013,2014**
- II. Base de données des Vignerons Indépendants de France, Association de consommateurs, Fichier Consommateurs Grappe, Fichier Anciens ESA, réseaux sociaux ...**
TOTAL: 3100 réponses

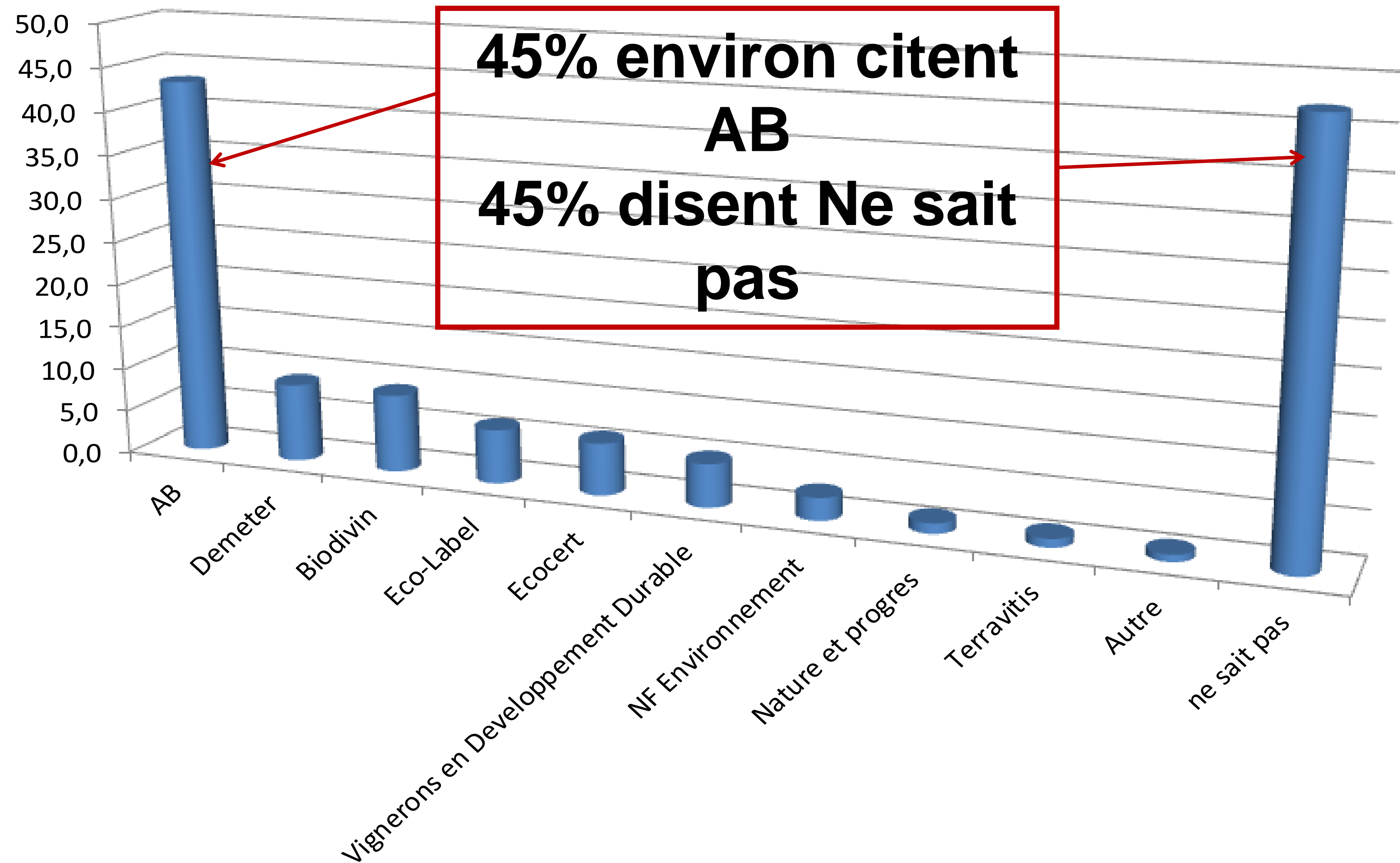
III-Segmentation consommateurs sur questions implication vin et environnement

Pertinence Concept « implication Vin « validé par Wilson et al, 2009 sur « Perception terroir par consommateurs »

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

Répartition équilibrée de consommateurs par catégorie

Pouvez-vous me citer des labels environnementaux liés aux vins?



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

► **OUI** pour Les consommateurs fortement Impliqués ENV (E3)

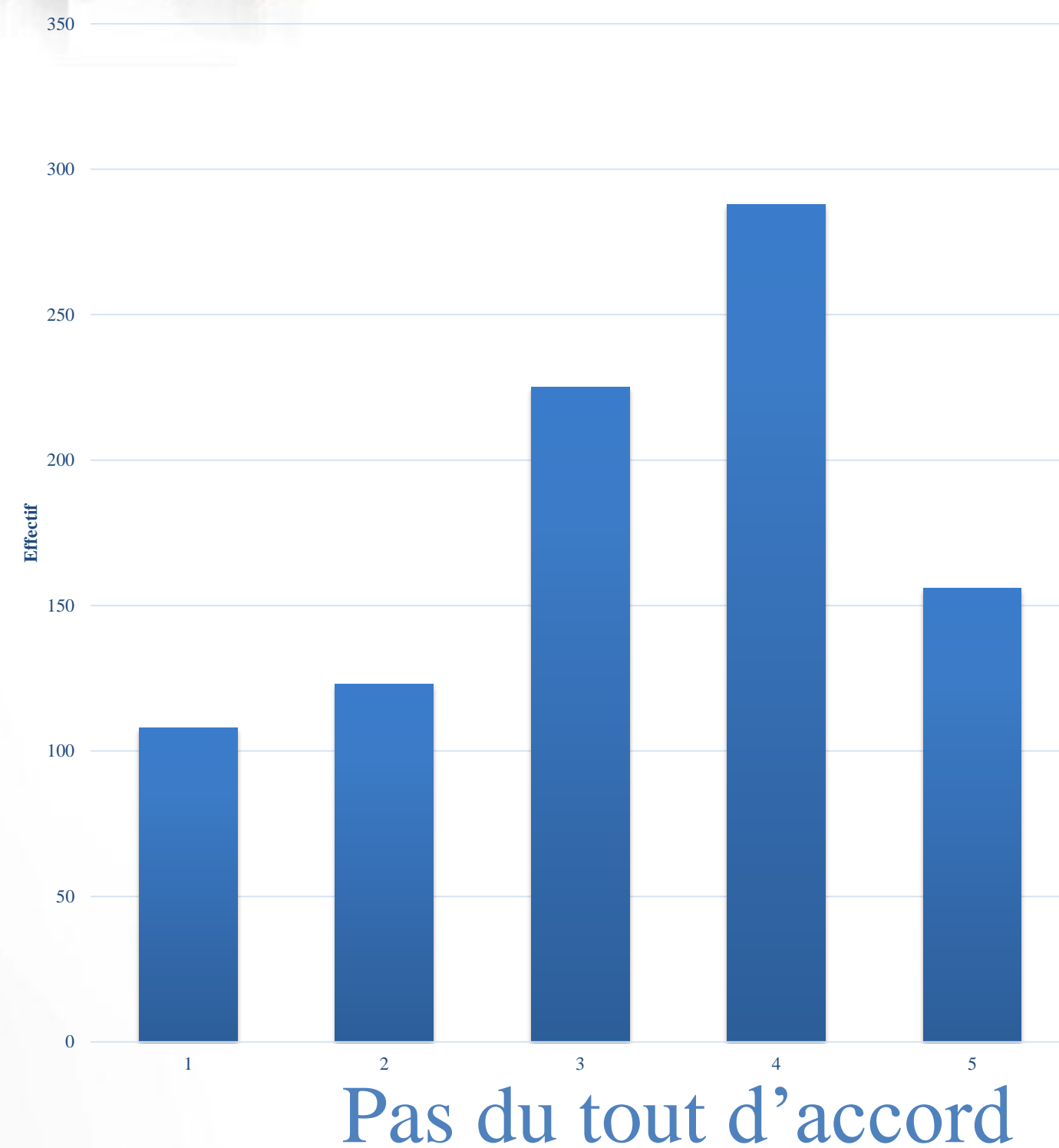
► **NON** pour les consommateurs fortement impliqués VIN (V3) et faiblement ENV(E1)

	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
Total	114	119	291	271	105	900

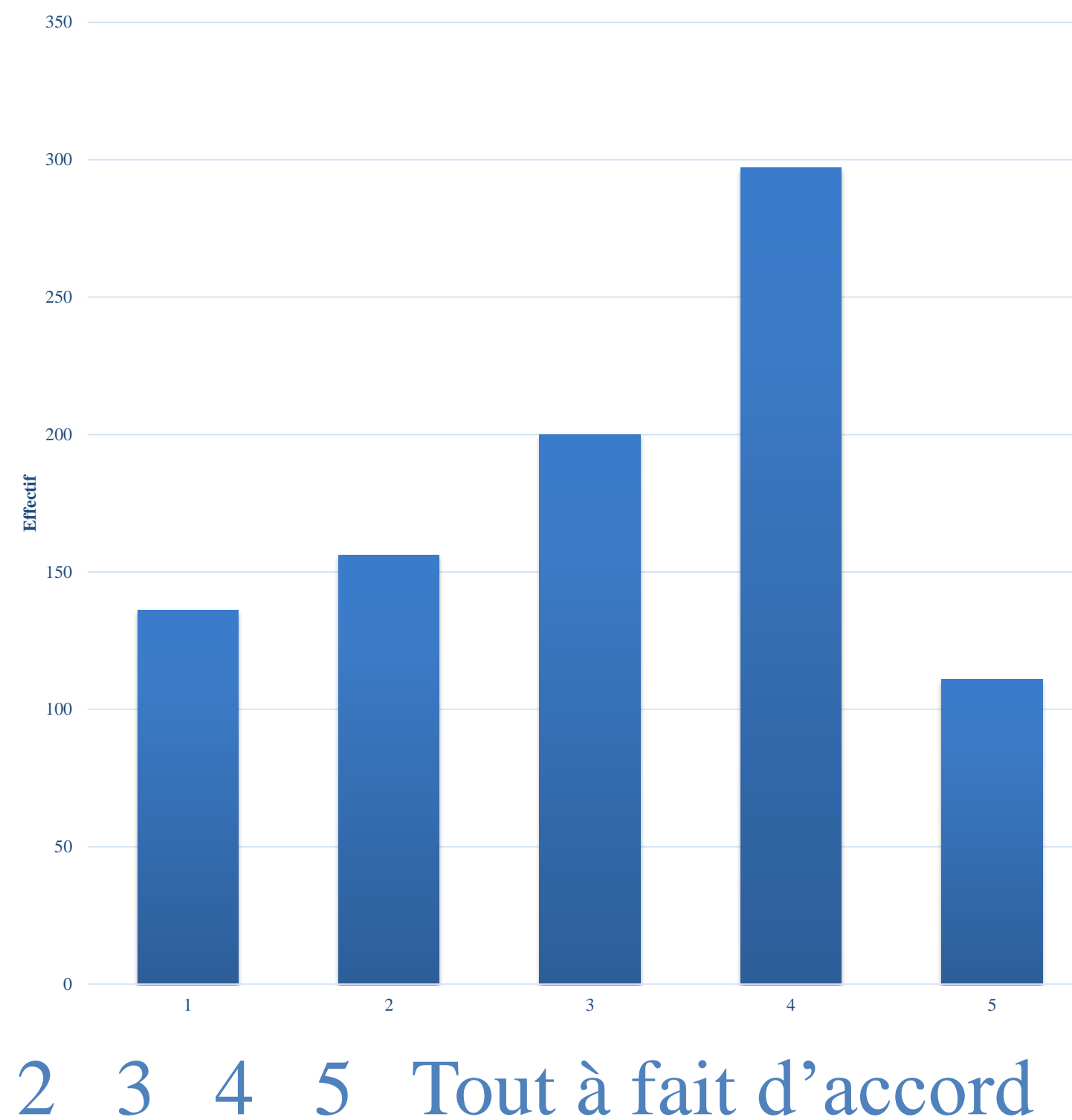
Légende: Le chiffre 1 correspondant à « pas du tout d'accord » et le chiffre 5 à « tout à fait d'accord »

Perception d'un vin respectueux environnement

Terroir



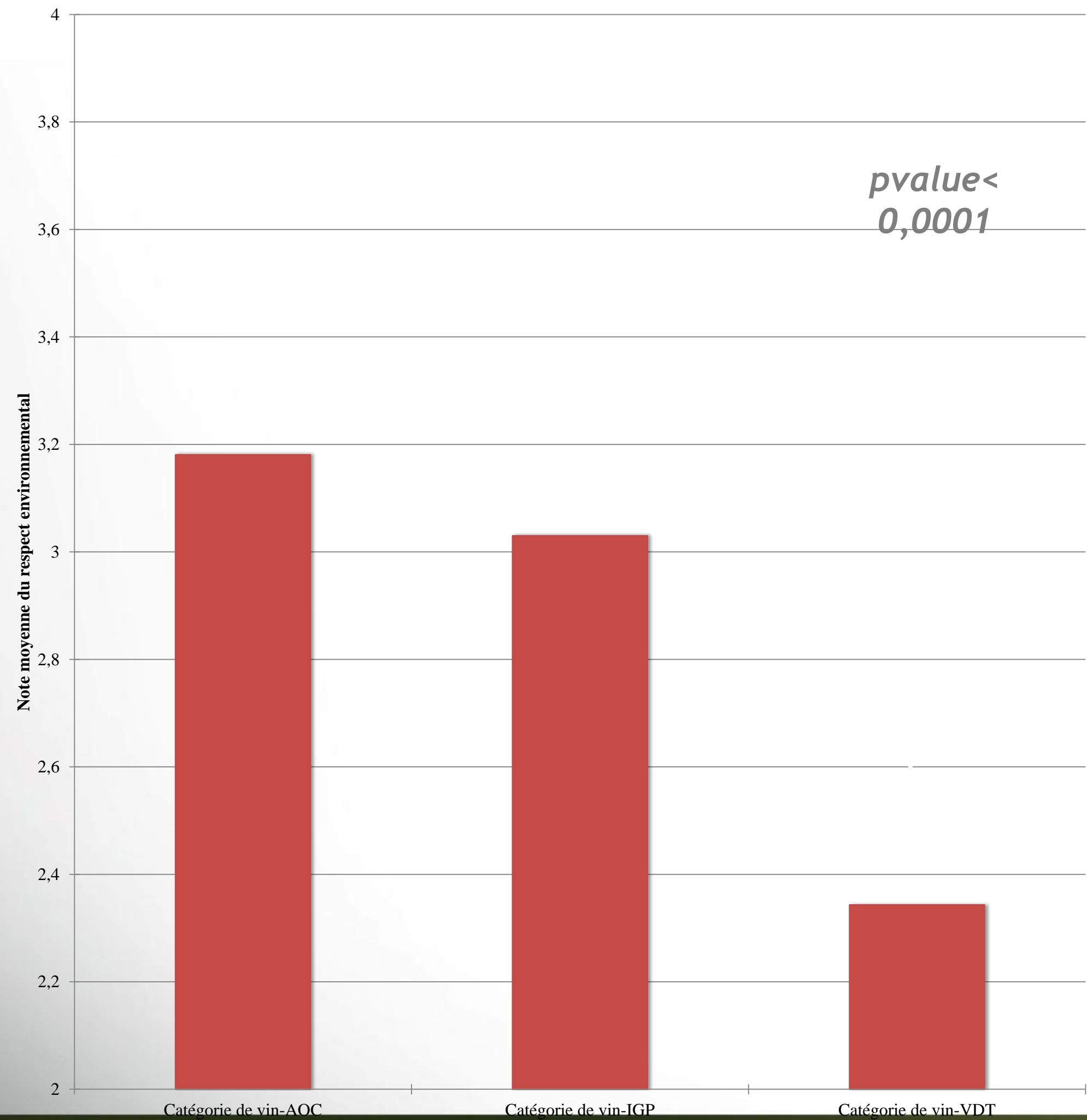
Local



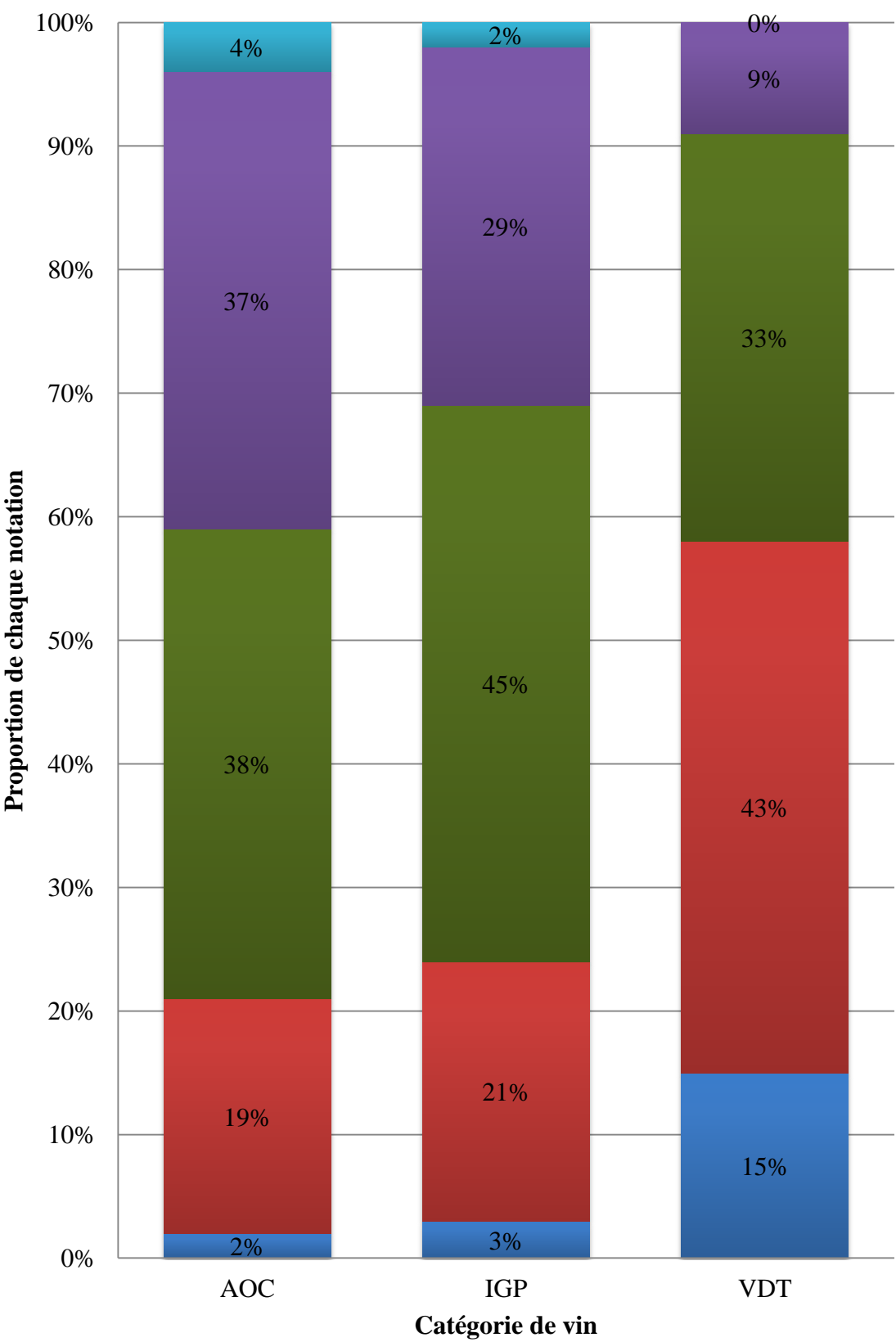
Globalement pour les consommateurs : un vin respectueux de l'environnement : exprime mieux la notion de terroir, est issu d'une production locale, est meilleur pour la santé mais n'est pas moins bon.

Des différences entre les catégories de vin

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

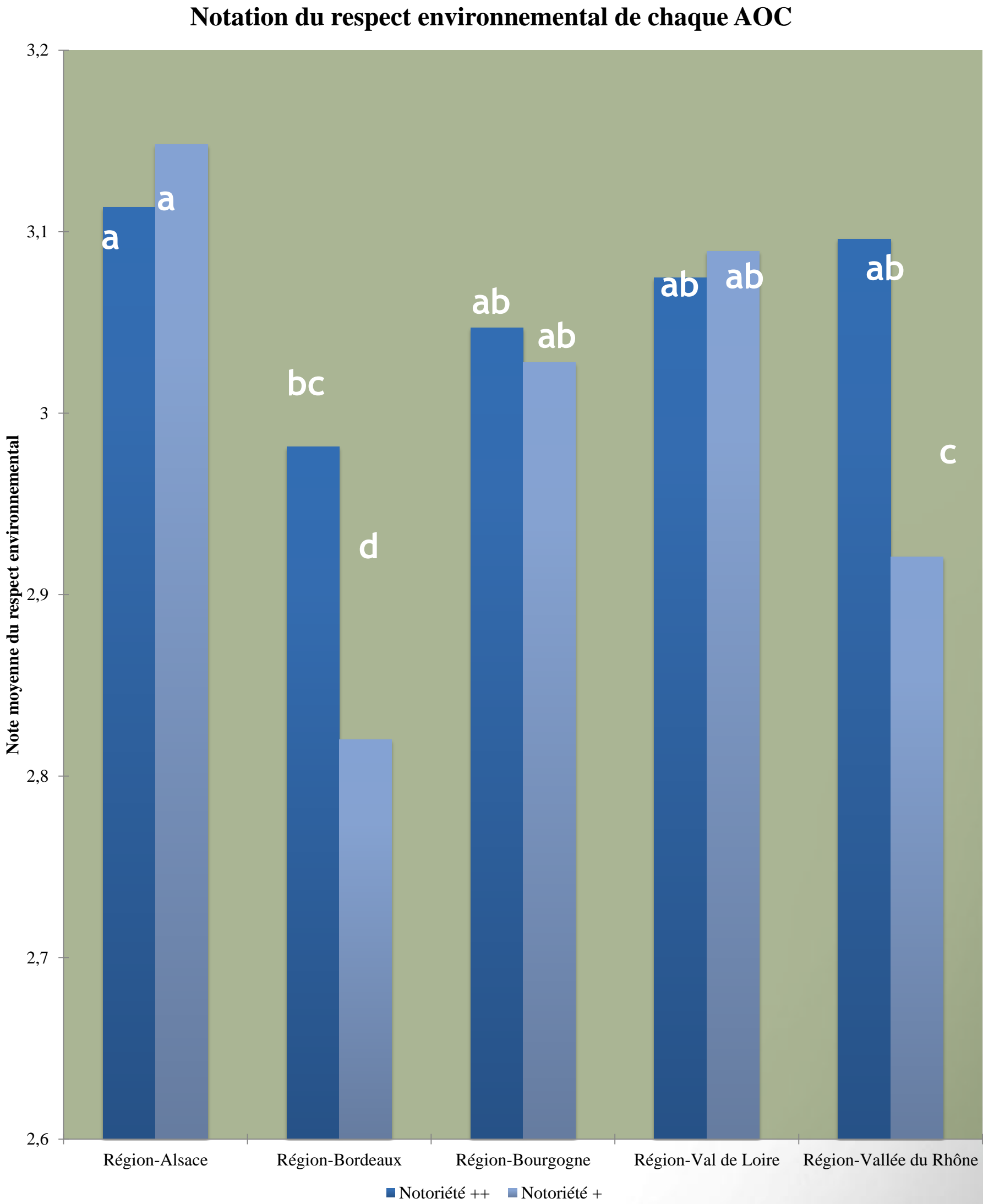


Graphique de la proportion de chaque type de réponse dans la notation moyenne des catégories de vin



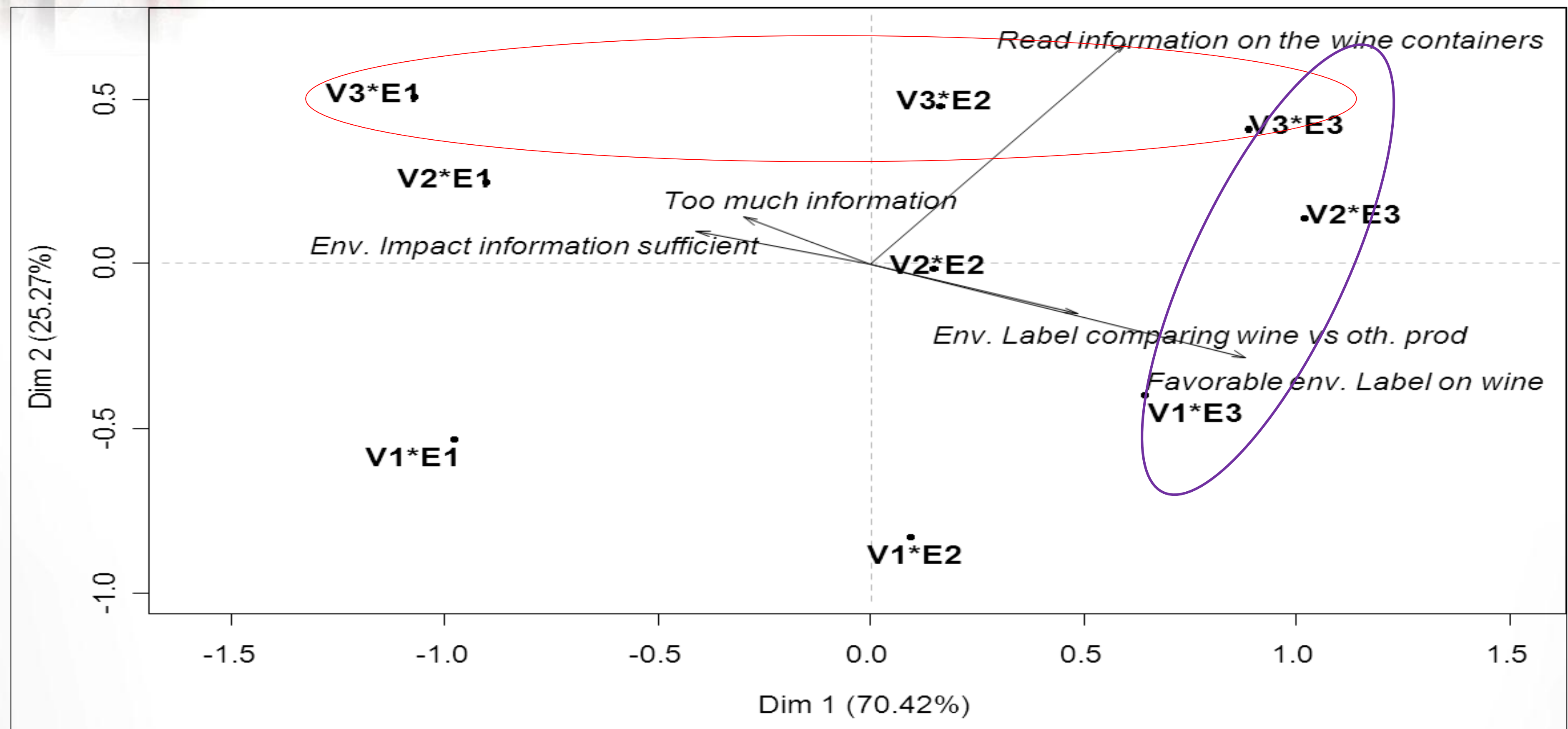
Comparaison de l'influence de la région et de la notoriété de l'AOC sur la notation du respect de l'environnement

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 : $Notes_{env} \sim impliv_{in} \times impli_{env} \times région \times notoriété + juge + \epsilon$

Attente affichage selon niveau implication



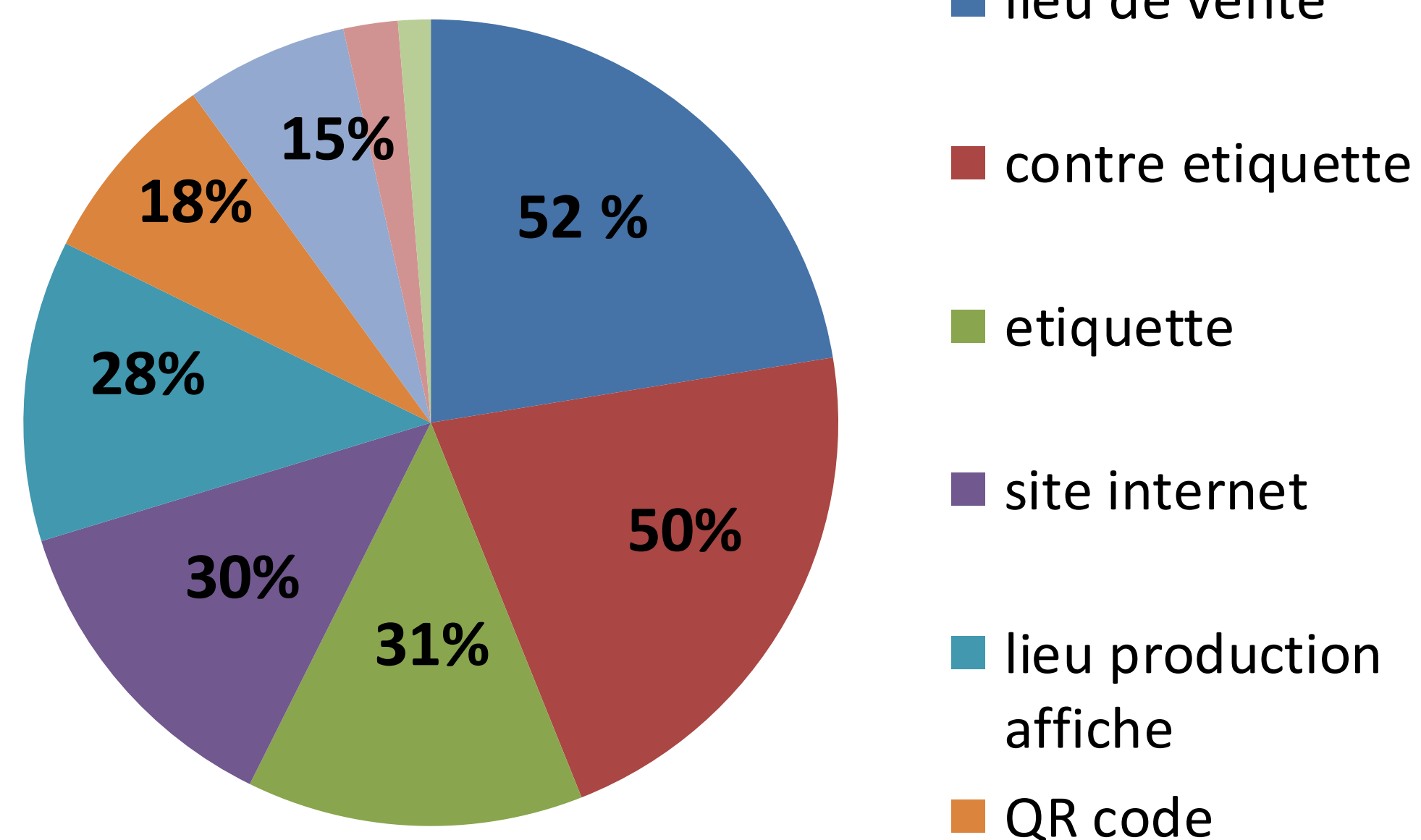
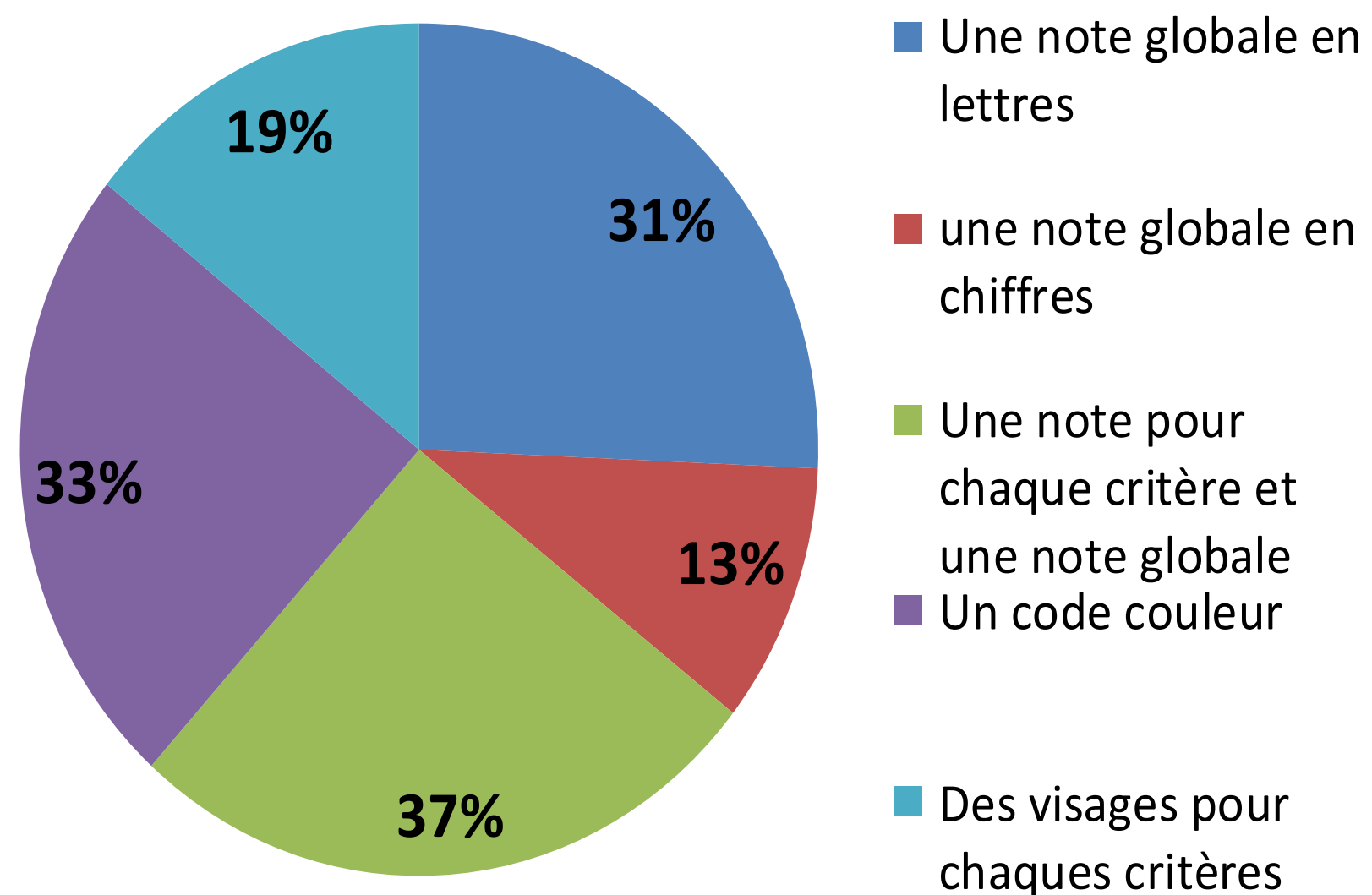
Les consommateurs impliqués dans le vin sont en moyenne moins demandeurs de cet affichage environnemental sur le produit

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



**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 guise de conclusion générale

- Une méconnaissance des Ecolabels en dehors de AB
- L'affichage environnemental du vin : une attente des consommateurs à nuancer selon les profils des consommateurs et leur niveau d'implication
- **Vergez 2011- profil des consommateurs verts (Jeunes urbains, actifs, CSP +, niveau formation supérieur)**
- 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
- Des perceptions différentes selon les régions viticoles et le niveau de notoriété de l'AOC

- Une **méconnaissance** des différentes démarches et en particulier HVE, portée par les pouvoirs publics
- **Des convictions écologiques** réelles,
- Des **attentes de démarches** accompagnées **par l'Etat** en dehors de AB,
- **Les freins** : contraintes administratives, coût, temps passé, valorisation commerciale non garantie
- **Les leviers** : communication sur le dispositif par l'Etat ; plus value pour l'exportation



Du côté des professionnels et metteurs en marchés

- **Des démarches pouvant amener des gains de compétitivité et des progrès** pour les entreprises
- Mais un sujet jugé **non prioritaire** pour la filière
- **Hétérogénéité des visions** et attentes selon les circuits de vente
- **Une position d'attente** : expérimentation européenne, position et soutien des pouvoirs publics



En synthèse

- **Une bonne convergence entre perception des viticulteurs et des professionnels et attentes des consommateurs : l'affichage environnemental n'est pas une priorité !**
- **Les vins d'AOC bénéficient déjà d'une « image de respect de l'environnement »**
- **Peu de vision « collective » portée par les professionnels de la filière ... chacun s'attend ou attend l'Etat**
- **Les démarches collectives « environnementales » ne vont pas de soi... même si elles sont reconnues nécessaires!**



Les Rencontres du
Végétal

8^e édition

12-13 JANVIER 2015
AGROCAMPUS OUEST
ANGERS, FRANCE

RECHERCHE
EXPÉRIMENTATION
INNOVATION
.....

Fruits

Légumes

Ornement

Plantes aromatiques
et médicinales

Semences

Cidriculture

Viticulture

Paysage

Merci de votre attention

Plus d'informations...

f.jourjon@groupe-esa.com