

**EXTRAIT DE :**

## **TERROIR ET TYPICITE**

### **Document de synthèse présenté à la Direction de l'INAO**

**Avril 2006**

#### **Introduction**

Le travail à réaliser sur les notions de terroir et de typicité a été décidé lors de la réunion du comité de pilotage de la convention INRA-INAO en septembre 2002, et un groupe de travail a été constitué<sup>1</sup>. Une partie des travaux de ce groupe sont présentés en première partie de ce document, et portent sur les définitions.

<sup>1</sup> Le groupe de travail est composé pour l'INRA : C. Béranger, F. Casabianca, JB Coulon, JM. Lequéré, Y. Lefur, Y. Noël, J. Salette, B. Sylvander, auquel s'ajoute G. Giraud (ENITAC, UMR typicité des aliments), et pour l'INAO : P. Cellier, G. Flutet, P. Laville, C. Mercier, F. Morales, F. Roncin, E. Vincent. Ce groupe s'est réuni de septembre 2004 à avril 2006, il a procédé en trois étapes : d'abord ébauche des propositions (fin en janvier 2005), puis mise à l'épreuve critique de scientifiques de toutes disciplines et de professionnels (peu d'échos sur les ébauches jugées trop abstraites) et d'agents de l'INAO, et enfin mise au point finale terminée en avril 2006.

.....

#### **L'analyse de conformité d'un profil sensoriel n'est pas adaptée : démonstration de l'intérêt d'une autre méthode pour le savoir-évaluer et la prise en compte de la notion d'espace sensoriel propre:**

Les aliments sont répartis en catégories (ou types) qui englobent des sous-catégories, pouvant inclure elles-mêmes de nouvelles subdivisions. Chaque segment catégoriel correspond à un concept produit fondé sur un ou plusieurs critères d'éligibilité. En d'autres termes, un tel concept est régi par la règle du tout ou rien : le produit répond ou non au concept considéré. La littérature montre que **de nombreuses études ont porté sur la caractérisation sensorielle et/ou physico-chimique d'une catégorie donnée d'aliments sans qu'ait été préalablement vérifiée l'hypothèse selon laquelle une telle catégorie, encore appelée espace produit, est associée à un espace sensoriel propre, au sein duquel les produits étudiés partagent des caractéristiques sensorielles qui permettent de les identifier comme membres de cette catégorie.**

---

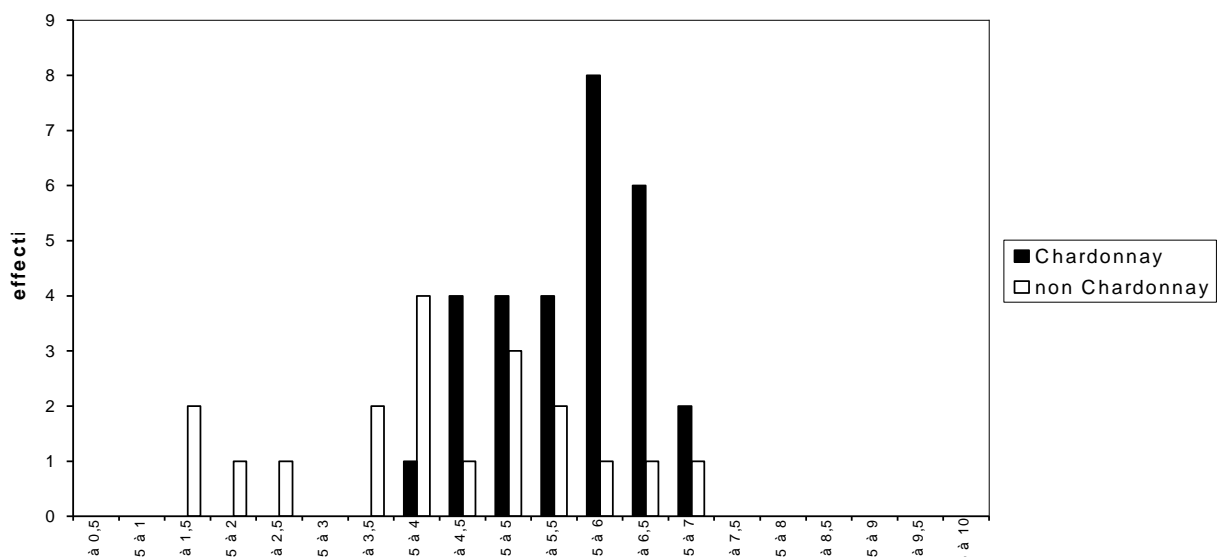
<sup>1</sup> Le groupe de travail est composé pour l'INRA : C. Béranger, F. Casabianca, JB Coulon, JM. Lequéré, Y. Lefur, Y. Noël, J. Salette, B. Sylvander, auquel s'ajoute G. Giraud (ENITAC, UMR typicité des aliments), et pour l'INAO : P. Cellier, G. Flutet, P. Laville, C. Mercier, F. Morales, F. Roncin, E. Vincent. Ce groupe s'est réuni de septembre 2004 à avril 2006, il a procédé en trois étapes : d'abord ébauche des propositions (fin en janvier 2005), puis mise à l'épreuve critique de scientifiques de toutes disciplines et de professionnels (peu d'échos sur les ébauches jugées trop abstraites) et d'agents de l'INAO, et enfin mise au point finale terminée en avril 2006.

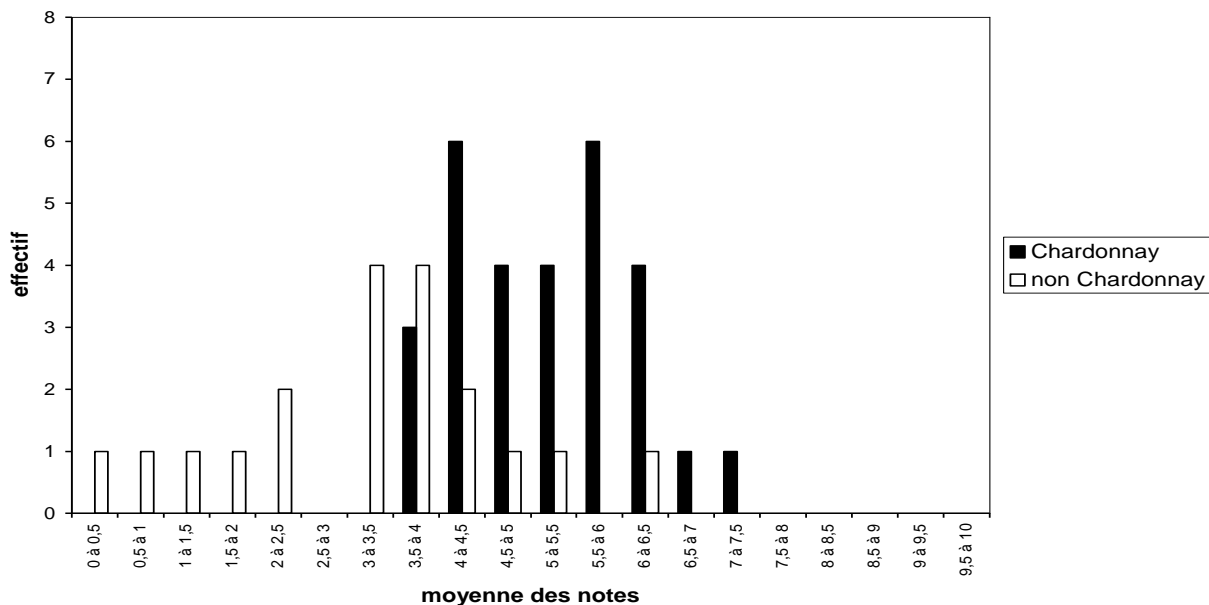
Récemment, L'UMR FLAVIC s'est attachée à vérifier cette hypothèse en s'intéressant à deux espaces produits pour des vins d'origine variétale spécifiée : des vins blancs de chardonnay et des vins rouges de sciaccarello.

Dans le cas du vin, le degré de segmentation des espaces produits peut relever d'un critère allant du plus large (couleur, origine variétale) au plus précis (pratique œnologique, indication de provenance, appellation d'origine).

Pour chacun des deux espaces produits étudiés, construits sur des spécificités variétales et non sur des allégations sensorielles, nous avons vérifié qu'ils constituaient, sur le plan sensoriel, une entité propre. Pour ce faire notre méthode repose sur la réunion d'échantillons appartenant à des espaces produits différents mais contigus. A titre indicatif, le concept vins de Chardonnay a été étudié en rassemblant 48 vins dont 19 étaient issus d'autres cépages purs (Sauvignon blanc, Chenin, Pinot blanc, Marsanne, Aligoté, Melon, Sylvaner). En se dégageant des contraintes relatives à l'établissement de descripteurs sensoriels (profil), cette approche est bien une approche globale. Notre démarche analytique suppose enfin de réunir un panel de sujets détenteurs d'un niveau d'expertise caractérisé par des expériences mémorisées et des références communes de jugement de la part des dégustateurs (dans le cas présent il s'agissait de membres chevronnés des jurys du concours « chardonnay du monde »). Les sujets doivent être en mesure de positionner les produits, après examens orthonasal (au seul nez, sans examen visuel) et global (au nez et en bouche), sur une échelle d'exemplarité du « type » chardonnay. La question posée fait alors appel aux représentations que se sont forgées les sujets à l'égard de l'espace produit étudié. L'unique question posée, qui est scénarisée (*Imaginez que vous deviez expliquer à un ami ce qu'est un vin issu du cépage Chardonnay. Pour lui expliquer, vous avez la possibilité de lui faire déguster un vin. Pour chaque vin qui vous sera présenté, nous vous demandons de répondre à la question suivante : Considérez-vous que ce vin est un bon exemple ou un mauvais exemple pour expliquer à votre ami ce qu'est un vin issu du cépage Chardonnay ?*) fait alors appel aux représentations que se sont forgées les sujets à l'égard de l'espace produit étudié.

Une telle approche s'appuie sur les théories validées par de nombreux auteurs qui ont travaillé sur des domaines autres que les AOC. Ces travaux ont donc une portée générale : ils soutiennent qu'un exemple représentatif d'une catégorie (ou d'un type) partage beaucoup d'attributs avec les autres membres de cette même catégorie alors qu'il partage peu d'attributs avec les membres des autres catégories. **Cela signifie que, sur le plan sensoriel, les catégories (ou les types) ont des frontières floues, c'est à dire qu'il peut y avoir superposition entre deux catégories voisines (voir figures pour le cas du chardonnay). Ainsi, contrairement à un espace produit, l'appartenance à un espace sensoriel ne répond pas à la règle du tout ou rien mais relève d'un continuum qui va des exemples très représentatifs jusqu'aux exemples non représentatifs, en passant par tous les degrés d'appartenance intermédiaires.** Ceci est appelé « gradient de représentativité ».





Cette approche exige donc qu'on mette en évidence qu'à un espace produit (un produit en AOC par exemple dont la typicité est construite sur des spécificités [cépages, terroirs] ) non sensorielles) corresponde ou non à un espace sensoriel, ce qui constitue le jugement de typicité. **Il n'est en effet pas évident que la typicité de vins d'AOC très proches (des grands crus de Bourgogne par exemple) relève du domaine sensoriel. D'autres éléments, d'ordre culturel notamment, peuvent être les éléments clefs de la décision d'appartenance à un type ou à une catégorie. Il en résulte que vouloir à tout prix établir une frontière à partir d'un espace sensoriel pour juger de l'appartenance à un type et vouloir exclure la possibilité de superposition entre des types voisins semble dénué de sens pour des produits de terroir, à moins de se limiter à des saillances et de se mettre alors dans la situation du « jugement de typicalité ».**

Commentaire des figures : Dans le cas du seul examen orthonasal les deux catégories de vins (chardonnay et non chardonnay) se différencient significativement au plan statistique, mais c'est sur l'examen global que la différenciation des deux catégories se réalise le mieux. La catégorie des chardonnay se caractérise par une certaine dispersion dans l'évaluation faite par les dégustateurs, et réduire cette dispersion en éliminant les vins de même note que ceux d'autres catégories serait un non sens qui perturberait la caractéristique de cette catégorie. Voir à ce propos l'exemple du « comté » étudié par Y. Noël en annexe : la variabilité des caractères organoleptiques du « comté » fait partie intégrante de sa typicité.