



**HAL**  
open science

## **Terroir et typicité : rappel des concepts**

Yves Cadot

► **To cite this version:**

Yves Cadot. Terroir et typicité : rappel des concepts. Etude du lien au terroir : de la représentation conceptuelle à la représentation perceptuelle. Mise en évidence de l'importance de certains choix techniques, 2011. hal-02806875

**HAL Id: hal-02806875**

**<https://hal.inrae.fr/hal-02806875>**

Submitted on 6 Jun 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **Etude du lien au terroir : de la représentation conceptuelle à la représentation perceptuelle. Mise en évidence de l'importance de certains choix techniques.**

### **Chapitre 1. Terroir et typicité : rappel des concepts**

Yves Cadot

INRA, UE 1117 Vigne Vin, UMT Vinitera, 42 rue Georges Morel, 49071 Beaucouzé Cedex.  
yves.cadot@angers.inra.fr

Comparé aux autres produits alimentaires, le vin est considéré, en France, comme ayant des propriétés spécifiques. Cette singularité s'explique notamment par le fait qu'il s'agit d'un produit qui, directement associé à la notion de terroir, véhicule un poids culturel important. Cette association au terroir multiplie les références produits et complexifie grandement son choix et sa consommation. Dans le cas des vins revendiquant un lien au terroir, la typicité correspond à des propriétés caractéristiques de la famille permettant aux vins de se distinguer des autres familles. Ces propriétés doivent être remarquables et partagées. Le terroir correspond en premier lieu à l'origine géographique (sols et climat). Mais il ne peut pas se résumer au seul milieu physique, ni aux cépages qui y sont associés. Le terroir prend en compte également les savoir-faire. Le lien causal entre typicité et terroir peut être étudié par l'analyse des relations entre la perception conceptuelle de la typicité (qui engendre des choix techniques, liés -ou non- au terroir) et la représentation perceptuelle de la typicité (qui résulte de la mise en oeuvre des choix techniques, liés -ou non- au terroir). Le degré de concordance entre ces deux représentations de la typicité peut être considérée comme une « voie de progrès ».

#### **Notion de « lien au terroir ».**

Dans le cas de la production de vins « de terroir », un lien au terroir est revendiqué, car il influence directement le fonctionnement de la vigne et la qualité du raisin. Cette relation est un élément essentiel de reconnaissance et de protection du système de production des vins d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). Pouvoir démontrer le lien qui relie le vin au terroir est un enjeu majeur de la viticulture française. La réforme de l'OCM vin (JOUE 2008) et le plan quinquennal de modernisation de la filière vitivinicole française (MAP 2008) en sont l'illustration. Ainsi, le lien au terroir doit figurer dans les cahiers des charges qui doivent être transmis à la commission européenne, l'argumentation devant porter sur la caractérisation géographique, les pratiques, la caractérisation du produit et le lien causal (JOUE 2009). Enfin, ce lien au terroir, mis en évidence, peut constituer un vecteur de communication pertinent, en particulier si les consommateurs se l'approprient.

Cependant, ce lien au terroir peut être difficile à démontrer, pour plusieurs raisons.

mai 2011

- i. Le terroir est un système complexe. Il est constitué de sols caractéristiques, de cépages et de pratiques locales, loyales et constantes.
- ii. La qualité et les caractéristiques sensorielles du produit ne sont pas ou peu définies. Si certaines caractéristiques analytiques sont bien décrites, les caractéristiques sensorielles des vins évoluent en fonction des millésimes, des techniques et des connaissances. De plus, la typicité liée au terroir ne correspond pas à une qualité au sens d'une norme, mais plutôt à un style. Ce style de vin peut être décrit par la notion « d'air de famille » : si chaque vin est différent, certaines caractéristiques sensorielles sont partagées par la famille, et permettent aux vins d'être reconnus. Ce lien au terroir, exprimé par la typicité, ne peut pas être uniquement décrit par des caractéristiques sensorielles distinctives, mais doit l'être également par un ensemble de caractéristiques, éventuellement liées, partagées (propriétés d'appartenance).
- iii. La perception de ces caractéristiques sensorielles remarquables est difficile : leur perception dépend du groupe humain pris en référence : viticulteurs, acteurs de la production, consommateurs, etc ; de plus, un consensus doit émerger de ce groupe humain, malgré l'hétérogénéité liée à des différences physiologiques ou culturelles. Enfin, il peut exister des divergences entre l'image idéale de la typicité (= représentation conceptuelle), et l'image ressentie et/ou recherchée (= représentation perceptuelle).

### **Notion de terroir.**

Selon Capus (Capus 1947) « *l'appellation d'origine n'est pas une simple indication de provenance ; il s'y attache une certaine idée d'originalité et de qualité .../... elle doit offrir au consommateur des garanties d'authenticité : il faut que le vin provienne effectivement de la région désignée par cette appellation. Mais cela ne suffit pas : dans le périmètre d'une région géographique ainsi désignée, il existe presque toujours, à côté des terrains aptes à la production de vins fins, des sols d'une autre nature, .../... qui ne peuvent produire que des vins de qualité inférieure. Il ne suffit donc pas de garantir l'authenticité du produit, il importe encore d'en assurer la qualité, dans la mesure où elle dépend du sol et des cépages.* » Selon le code de la consommation (République Française 1993), « *Constitue une appellation d'origine la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains* ». Les caractéristiques associées au terroir réfèrent à la notion de « typicité ». Un produit « typique » est ainsi représentatif de son « terroir ». Un vin d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) est un vin qui associe une origine géographique à des caractéristiques sensorielles spécifiques, issues du ou des « terroirs » d'où il provient. Ce vin d'AOC résulte de la combinaison des conditions de production, associées à son origine. Cette combinaison est exprimée par le savoir-faire du producteur.

Quand il s'agit de définir la notion de terroir, deux approches sont proposées.

- i. La première approche considère le terroir comme une conception strictement physique, définie en termes d'aire géographiquement limitée (Laville 1990; Morlat and Asselin 1992; Morlat 1998; Meinert and Busacca 2000). Cependant, l'approche du terroir comme simple entité physique est limitée et imparfaite. Dans ce cas, si un terroir peut avoir un potentiel particulier, il peut ne pas s'exprimer. Le terroir peut également être élargi aux cépages, dans leurs capacités à s'adapter aux conditions particulières du milieu physique (Capus 1947; Seguin 1983; Deloire, Lopez et al. 2002; Bodin and Morlat 2003; Stefanini, Porro et al. 2003; Leeuwen, Friant et al. 2004; Carey, Archer et al. 2007).

- ii. La seconde approche intègre à la première une dimension humaine et collective. Si le milieu peut être « prédisposé », ce sont les activités humaines qui peuvent révéler ce potentiel (Berard and Marchenay 2006). Pour que les potentialités du cépage puissent être révélées, des techniques viticoles (mode de conduite, date de vendange) et des modes d'élaboration (type de vinification, élevage) doivent y être appliquées (Carbonneau 2001). L'importance de ces choix est alors variable selon les années et les itinéraires techniques (itinéraires, au sens d'association de plusieurs actes techniques). Le terroir, en plus d'être défini comme un espace géographique délimité, est alors « *défini par une communauté ayant construit un savoir collectif de production, fondé sur des interactions entre des milieux physiques, des facteurs biologiques et des facteurs humains, où les itinéraires socio-techniques révèlent une originalité et engendrent une réputation* » (Casabianca, Sylvander et al. 2005). Cette nouvelle dimension du terroir rend bien compte de la difficulté à « dénouer » les liens entre le terroir et le produit, car elle nécessite autant une approche bio-technologique qu'une approche socio-économique (Barjolle, Boisseaux et al. 1998). En effet, les facteurs humains du terroir sont plus difficiles à évaluer, parce qu'ils peuvent être difficilement identifiables ou difficiles à caractériser mais aussi parce qu'ils sont moins constants que les facteurs naturels (Cadot 2006).

En simplifiant, en limitant le terroir au seul milieu physique, des relations sont aisément identifiables entre celui-ci et le produit, mais elles ne peuvent pas prétendre expliquer l'ensemble de ce qui caractérise le produit revendiquant un « lien au terroir ». À l'opposé, en élargissant le terroir aux acteurs, il doit être possible de décrire de manière exhaustive ce qui caractérise le « vin de terroir », mais l'approche s'avère beaucoup plus complexe.

## Notion de typicité

Selon le dictionnaire « Le Robert » (Rey 1998), le terme « *typicité est apparu vers 1980, ce mot vient de typique. En oenologie, il représente l'ensemble des caractéristiques d'un vin, résultant du cépage, de la terre, des techniques de vinification, etc.* ». Ainsi, selon le Robert, ce terme est récent, et s'applique en premier lieu aux vins. Le fait que ce terme soit récent, et qu'il s'applique à un produit dont l'origine remonte à plusieurs millénaires, peut laisser penser qu'il est l'expression soit d'un besoin apparu récemment, soit d'une meilleure différenciation du produit par les producteurs, soit d'une recherche de propriétés particulières par les consommateurs. Il semble bien que ce terme soit apparu en Anjou pour caractériser d'un point de vue sensoriel des vins expérimentaux issus de différents terroirs. Il est alors utilisé par Asselin, Salette et Morlat (Asselin, Morlat et al. 1983; Asselin, Pages et al. 1992; Salette, Asselin et al. 1998). Pour les vins d'AOC, la typicité, qui correspond aux caractéristiques biochimiques et sensorielles, est l'expression la plus synthétique du sol, contribuant à produire un vin d'AOC comme étant un produit original (Letablier and Nicolas 1994; Salette, Asselin et al. 1998). Finalement, la typicité inclut des dimensions sensorielles, techniques et environnementales et peut être définie comme un ensemble de propriétés de distinction et d'appartenance (Casabianca, Sylvander et al. 2005).

Le mot typicité exprime la notion de spécificité. Cette notion est ambivalente, puisque la **spécificité** est à la fois similarité et dissemblance. La similarité résulte de la possible reproduction de cette spécificité, donnant au produit un caractère relativement homogène dans le temps, tandis que la dissemblance résulte de l'existence pour un produit de caractères qu'il ne partage pas avec d'autres (Trognon 2005). Pour Giraud (Giraud 2001; Giraud 2005) « *la typicité est une notion qui hésite entre le monde de la production, dont elle est originaire, et celui de la consommation, où elle opère* ». Ainsi, la typicité peut être vue (i) du point de vue de la production, comme un trait de caractère distinctif d'un produit, fondé sur un lien au lieu (ii) du point de vue de la consommation, comme le degré de

mai 2011

représentativité d'un objet dans une catégorie. Giraud distingue ces deux notions par les termes "typicité" et "typicalité". Le renvoi à cette notion de typicalité vise à simplifier le choix du consommateur et à éliminer toute surprise en développant une préférence gustative par l'habitude. Selon Rosch et Mervis (Rosch and Mervis 1975) la typicité est un concept de psychologie cognitive, correspondant à la reconnaissance d'un objet comme étant représentatif de sa catégorie. Ainsi Chrea *et al.* (Chrea, Valentin *et al.* 2005) associent le terme « typicality » à une catégorisation perceptuelle d'une odeur, où les odeurs seraient classées selon un gradient de typicité dans une catégorie d'odeur ; le terme « typicality » serait associé à un degré de représentativité d'une odeur dans une catégorie. De même, pour Ballester (Ballester, Dacremont *et al.* 2005; Ballester, Patris *et al.* 2008), cette reconnaissance serait basée sur un continuum sensoriel, c'est à dire qu'il n'existerait pas de frontière définie. Cette catégorie serait alors organisée le long d'un gradient de typicité, du plus représentatif au moins représentatif, où les produits typiques partageraient de nombreuses caractéristiques avec la plupart des produits de la catégorie, et peu de caractéristiques avec les autres catégories. Il est notable que dans la notion de typicité (ou de performance dans la construction d'un gradient de typicité) l'expérience ou l'**apprentissage** paraissent importants (Chollet, Valentin *et al.* 2005). Enfin, la typicité n'est **pas synonyme de qualité** : « *un produit « bien fait » peut ne pas être typique, de la même manière, certains défauts du « standard » peuvent faire la typicité* » (Cadot 2006).

Reprenant ces notions de spécificité, d'apprentissage et de lien avec la qualité, Casabianca *et al.* proposent la définition suivante (Casabianca, Sylvander *et al.* 2005) : « *la typicité d'un produit issu de l'agriculture est la propriété d'appartenance à un type basée sur des savoirs de reconnaissance et construite sur les spécificités du type. Elle exprime également une propriété de distinction de sa catégorie par rapport aux produits similaires ou comparables, qui fonde l'identité au type. Elle comporte une variété interne au type et ne doit pas être confondue avec la conformité à une norme* ».

Dans le cas des vins d'AOC, la typicité est une représentation du produit qui est partagée par un ensemble de vigneron. Les vins proviennent d'unités agro-pédologiques de nature parfois assez différentes, et peuvent être issus d'itinéraires également variables. Néanmoins, ces producteurs partagent des savoir-faire, des usages, et surtout interagissent entre eux de manière continue. Il se dégage de la communauté l'idée de **consensus**. Pour Traversac *et al.*, l'A.O.C. repose sur la production de règles communes et le consensus autour de ces règles est la base de la dynamique de l'appellation (Traversac, Rousset *et al.* 2005). Selon Casabianca *et al.*, l'appartenance d'un produit à un type est appréciée par le groupe humain de référence sur la base de savoirs élaborés et capitalisés au cours du temps. C'est ce groupe humain de référence qui assume la genèse de la typicité puis qui en assure sa reconnaissance en choisissant les caractéristiques à retenir (Casabianca, Sylvander *et al.* 2005).

Finalement, « *il est essentiel d'étudier comment un vigneron élabore un produit typique, en relation avec différents mécanismes et en fonction de différents processus dédiés, de modes de culture et de vinification. S'il est tentant de vouloir modéliser le lien du milieu à un produit « typique », il apparaît plus opportun de s'intéresser à la dynamique de construction de vins typiques. La pérennité de ces systèmes de production est liée en particulier à leur capacité à évoluer de manière raisonnée* » (Cadot 2006).

Les références bibliographiques citées dans cet article sont disponibles sur simple demande auprès de l'auteur.