



UNIVERSITÉ TOULOUSE - JEAN JAURÈS

Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation

MASTER ALIMENTATION

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

LES PROCESSUS DE VALORISATION DE LA QUALITÉ D'UN TERROIR : LE VIN DE BERGERAC

Présenté par :

Hadrien ZAMMIT

Année Universitaire :

2021 - 2022

Sous la direction de :

Sandrine BARREY

Les processus de valorisation de la qualité d'un terroir : le vin de Bergerac

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès
n'entend donner aucune approbation, ni improbation
dans les projets tuteurés et mémoires de recherche.
Les opinions qui y sont développées doivent être
considérées comme propre à leur auteur(e).

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier ma maîtresse de mémoire, Madame Sandrine Barrey qui a su m'accompagner, me guider et m'aider tout au long de l'année de Master et dans la réalisation de ce projet.

A même titre, l'enseignement dispensé par le Master SSAA de l'ISTHIA et ses différents professeurs ont su guider ma réflexion.

De plus, j'aimerais exprimer ma gratitude à tous les chercheurs qui m'ont permis de constituer une base bibliographique conséquente.

Je souhaite aussi remercier les personnes interrogées dans ce mémoire qui ont su me donner de leur temps libre, afin de m'apporter des réponses très précieuses.

Enfin, un grand merci à ma famille, et à Ulysse, qui m'ont été d'un grand soutien, en ayant la gentillesse et la patience de m'accompagner à rédiger ce mémoire tout au long de l'année.

AVANT-PROPOS

L'élaboration et le choix de mon sujet de Mémoire de première année a été le fruit d'une longue réflexion de plusieurs semaines : je voulais au départ étudier la géopolitique de l'alimentation en Europe, puis mon choix s'est ensuite porté sur la place de la Grande Distribution.

Finalement, mon intérêt pour la cuisine de terroir m'a amené en début d'année à participer à un salon de dégustation mettant en avant les produits locaux du Périgord. Suite à mon entretien avec ma maître de mémoire Sandrine Barrey, nous avons conclu qu'il était intéressant d'aborder la problématique de mon projet à travers le prisme d'un produit à la fois spécifique et emblématique : celui du vin.

D'autant plus, en tant qu'ancien cuisinier, les accords mets-vin sont des concepts qu'il m'avait déjà été amené de côtoyer, tant d'un point de vue théorique que pratique.

Ainsi, après avoir longuement discuté avec ces producteurs présents lors de cette soirée où les vignes de Bergerac étaient à l'honneur, j'ai décidé d'étudier le vin, plus précisément la qualité du vin à travers le prisme du terroir de Bergerac.

En rattachant ce thème à un espace géographique régional, cela permettrait d'illustrer concrètement mon étude dans un territoire qui accorde une grande importance au vin.

En effet, les vins de Bergerac - dans le département de la Dordogne - partagent avec son renommé voisin bordelais - dans le département de la Gironde - la même délimitation régionale administrative qu'est la Nouvelle-Aquitaine.

Et si les vins de Bordeaux ont souvent relégué au second rang ceux de Bergerac en omettant du vignoble bordelais, le terroir du Périgord reste un des plus importants lieux de production vitivinicole, tant dans la qualité que la quantité, dans le vaste et épars vignoble du Sud-Ouest dont il fait partie.

Ainsi, une étude de cas à propos du vignoble de Bergerac viendrait ancrer la question de la qualité du vin dans un lieu spécifique, et lors de cette soirée, ces producteurs et autres membres de l'interprofession vitivinicole du Périgord ont constitué la base de mes contacts d'un terrain exploratoire que j'ai réalisé dans l'année.

Il n'est pas anodin si mon choix se soit porté vers un endroit ayant certaines similitudes avec celui de mon enfance : le Gers, un département où j'ai grandi en ayant la chance

de cuisiner, apprécier et savourer de nombreux produits typiques tel que l'Armagnac, dont certains sont communs au terroir du Périgord, notamment les volailles.

Pourtant, bien que le Gers produise lui aussi du vin, les Côtes de Gascogne ne bénéficient pas du même prestige en France que les Bergerac.

C'est aussi pour cette raison que je me suis intéressé à ce qui fonde la notoriété et la qualité d'un vignoble, et celui-ci en particulier.

D'un autre côté, mes connaissances du monde vinicole étant restreintes, ce nouveau défi de comprendre les enjeux actuels que le vin suscite ne peut qu'être bénéfique à mon parcours en sciences sociales appliquées à l'alimentation.

Je me suis d'ailleurs inscrit, à l'aide du Compte Personnel de Formation (CPF), à un cours d'œnologie pour débutant afin d'enrichir mes connaissances sur le vin.

Avoir la chance de pouvoir analyser plus facilement qu'un autre, en tant qu'étudiant français, le monde de la vitiviniculture et l'art de l'œnologie dans ses bienfaits comme dans ses défauts, dans un territoire au vin à l'image prestigieuse, représente ainsi une réelle opportunité.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	9
PARTIE 1 - ÉTAT DE L'ART	13
INTRODUCTION PARTIE 1	14
CHAPITRE 1 : L'évolution sémantique de la notion de terroir	15
CHAPITRE 2 - Les multiples définitions du concept de terroir en sciences sociales	20
CHAPITRE 3 - L'institutionnalisation des terroirs vitivinicoles.....	26
CONCLUSION PARTIE 1	37
PARTIE 2 - PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES	38
INTRODUCTION PARTIE 2.....	39
CHAPITRE 1 - Élaboration de la problématique.....	40
CHAPITRE 2 - Hypothèses.....	50
CONCLUSION PARTIE 2	59
PARTIE 3 - MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE	60
INTRODUCTION PARTIE 3.....	61
CHAPITRE 1 - Les méthodologies quantitatives et qualitatives	62
CHAPITRE 2 - Les méthodologies quantitatives et qualitatives de la méthodologie probatoire	67
CONCLUSION PARTIE 3	79
CONCLUSION GÉNÉRALE	80
TABLE DES ANNEXES	86

INTRODUCTION GÉNÉRALE

A lors que le marché de l'alimentation tend à se globaliser depuis la Révolution Agricole datant du milieu du XVIII^e siècle, la question de la sécurité alimentaire représente toujours à l'heure actuelle un enjeu primordial pour les Etats contemporains (Bruegel et al, 2004, p.7).

Développé lors de plusieurs conférences mondiales de l'alimentation, notamment en 1996 à Rome, des sommets ont présenté l'importance d'une sécurité alimentaire pour les populations, rappelant la primauté de l'accès, de la disponibilité et de la qualité des aliments qu'ingèrent les consommateurs.

Ce dernier pilier, celui de la qualité recherchée du point de vue nutritionnel, sanitaire et socio-culturel des aliments, est intéressant d'aborder à propos du vin.

Si une qualité se définit comme « *l'ensemble des caractères et des propriétés qui font que quelque chose correspond bien ou mal à sa nature, à ce qu'on en attend* »¹, nous nous sommes alors demandés quels sont les processus qui participent à la création de l'origine qualitative du vin ?

Ne représentant pas une denrée de première nécessité, à l'instar du blé par exemple, le vin est pourtant une boisson qui fait débat au niveau des trois points de la qualité alimentaire définie par ces différents sommets internationaux.

Au niveau nutritionnel par exemple, la question du verre de vin quotidien supposément bon pour la santé ne fait toujours pas consensus, entre bienfaits des antioxydants et méfaits de l'alcoolisme.

Par contre, au niveau sanitaire, l'obligation de cette boisson à respecter les normes de la chaîne hygiénique, au même titre que tous les autres produits alimentaires, est une conception aujourd'hui actée dans de nombreuses réglementations juridiques, par exemple dans la législation communautaire de l'Union Européenne des années 2000².

Mais si la qualité sanitaire des aliments, autant industriels qu'artisanaux, mondialisés ou locaux, est de plus en plus recherchée et standardisée de manière universelle, elle

¹ Définition du mot « *qualité* » selon le dictionnaire Larousse, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hHvL>>. (Consulté le 04-12-2021)

² Règlement (CE) No 178/2002 du Parlement Européen, 2002. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hLzi>>. (Consulté le 18-03-2022).

l'est parfois au détriment de certains facteurs socio-culturels, qui eux-aussi prennent part à la conception de la qualité de l'alimentation³.

Nous arrivons au troisième point que questionne la qualité alimentaire : l'aspect socio-culturel, c'est-à-dire ce qui concerne les structures sociales et la culture qui leur correspond, et aborder la question de la qualité du vin ne peut se faire sans parler de ces aspects socio-culturels qui l'entourent.

Le vin, avant même de l'ancrer dans une réalité physique en tant qu'objet, est un imaginaire en relation avec de multiples dimensions de l'expérience du monde, entre un élément mi-physique et mi-psychique, alliant l'esprit, l'âme et le corps (Wunenburger, 2021).

C'est une « *boisson-totem* » propre à nation française (Barthes, 1957), qui doit aussi être étudiée entre son ancrage spirituel et sa pratique de convivialité, allant même jusqu'à être parfois considérée comme indissociable de la culture hexagonale.

Lévi-Strauss (1949, p.60) le qualifie de *bien social*, dont le simple geste de servir du vin à un convive permettrait de lui rendre honneur en créant du lien : « *Il y a bien plus, dans l'échange, que la chose échangée* ».

Le vin est un symbole que l'on retrouve dans les mythes de diverses civilisations, notamment en Europe, où, dans la mythologie antique, Dionysos, que les Romains baptisèrent Bacchus, aurait introduit la vigne en Grèce et révélé comment fabriquer du vin aux peuples de la Méditerranée.

On retrouve aussi le vin dans la Bible où Noé fut le premier vigneron, qui s'est d'ailleurs lui-même enivré des fruits divins de sa propre vigne.

A la religion s'est aujourd'hui transposée une véritable science -*lógos*- du vin -*oînos*- qui a pour objet l'étude et la connaissance des vins : l'œnologie.

Mais l'œnologue est loin d'être le seul acteur qui désigne et traduit la qualité d'un vin (Teil, 2004, p.70), la chaîne de ce breuvage étant de grande envergure, du vigneron au buveur, du pied de vigne au verre à pied, chaque voix peut être prise en compte au sein de la filière vitivinicole.

³ Gagnebet Philippe, *Jean-Pierre Poulain, sociologue de l'alimentation*, 2013. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hHvP>>. (Consulté le 04/12/2021)

Il est incontestable que le vin est culturellement rattaché et ancré dans le territoire des civilisations européennes depuis longtemps, on retrouve au Proche-Orient des traces de vignes dès le VIII^e siècle avant notre ère, mais c'est dans le bassin méditerranéen que cette plante va rapidement prospérer, en composant de manière cohérente avec la terre et le paysage de ces régions, et ce à travers la main de l'Homme.

Ce n'est pas anodin si nombreux ont été les poètes qui ont parlé de cette boisson, c'est peut-être parce que derrière chaque vin, il y a une histoire à raconter, une émotion à retranscrire.

Claudélin écrivait ainsi que « *le vin est le fils du soleil et de la terre, mais il a eu le travail comme accoucheur* » (Claudel, 1935). Cette citation permet d'introduire une notion propre au vin en France, et qui apparaît rapidement dès lors que l'on étudie la qualité du vin : le terroir.

Propre à la langue et à la tradition vitivinicole française, le terroir se traduit mal dans une langue étrangère, mais si les anglo-saxons lui préfèrent la notion de « *territoire* », le terroir est un concept qui s'internationalise et qui peut être intéressant de développer dans la recherche et le développement (Prévost et al, 2010).

On peut définir le terroir vitivinicole comme le caractère unique d'un vin qui résulte de l'exploitation, par une société humaine, des potentialités de l'espace physique (notamment le climat et le sol) qu'elle occupe.

Ainsi, le terroir, à la frontière entre nature et culture, est sans cesse en équilibre dans sa relation avec les hommes qui le cultivent.

Maintes fois utilisé de nos jours, le terroir est un terme qui s'apparente à un mot-valise, où l'on y transcrit de nombreuses caractéristiques.

Mais l'idée de ce mémoire est de ne pas l'inscrire comme une simple représentation figée et immuable qui défend seulement des traditions identitaires, mais plutôt comme un objet dynamique qui valorise le vin, autant dans une approche matérielle qu'immatérielle, au sens où il participe à en déterminer une valeur, une qualité, ainsi qu'à l'améliorer (Prévost et al, 2014).

Et à l'image d'un vin qui peut être soit tranquille, soit effervescent, des affrontements sont à l'œuvre au sein de la filière vitivinicole, et le débat se manifeste régulièrement autour de notions centrales telles que la qualité, le terroir, le goût, l'authenticité, l'environnement, la santé ou la Mondialisation.

A partir de ce moment-là, notre question de départ interroge de quelle manière un terroir participe-t-il à la qualité d'un vin ?

Dans ce mémoire de recherche appliquée selon une approche pluridisciplinaire et hypothético-déductive, une première partie basée sur un état de littérature à propos du vin viendra illustrer l'évolution du concept de terroir selon le discours commun et les sciences sociales dans les deux premiers chapitres, puis remettra en contexte l'institutionnalisation des terroirs vitivinicoles français dans un troisième chapitre.

Dans une seconde partie, l'état de littérature à propos du terroir du vin et le terrain exploratoire réalisé par des entretiens semi-directifs auprès d'acteurs du vin de Bergerac viendront dans un premier chapitre reformuler la question de départ et construire une problématique autour de la valorisation de la qualité du vin du terroir. Dans un second chapitre, trois hypothèses de recherche seront mises en place afin de répondre à cette problématique, amenant dans une troisième partie à l'élaboration d'une méthodologie probatoire afin de les vérifier.

PARTIE 1 - ÉTAT DE L'ART

INTRODUCTION PARTIE 1

Dans cette première partie, nous avons voulu contextualiser l'évolution du concept de terroir à travers l'état de littérature existant à ce propos.

Afin de comprendre de quelle manière un terroir, notamment celui du Périgord, influence la qualité d'un vin, il s'agit tout d'abord de comprendre pourquoi sa définition reste complexe et comment les caractéristiques que nous attribuons à ce terme font que son utilisation a fluctué dans le temps.

Ainsi nous reviendrons dans un premier chapitre sur l'évolution sémantique du terroir dans le discours commun qu'a entretenu la population française avec celui-ci, tout d'abord dans son historicité linguistique, puis dans la valorisation ou dévalorisation de son image selon le contexte dans lequel nous l'étudions.

Dans un second chapitre, il sera cette fois-ci question d'étudier le terroir, principalement le terroir dans le cadre du vin que l'on nommera *terroir vitivinicole*, à travers le champ scientifique, notamment du point de vue de l'agronomie puis des sciences sociales et géographiques, pour finalement arriver à sa récente définition officielle par des chercheurs d'horizons différents.

Enfin, dans un dernier chapitre, nous reviendrons sur l'institutionnalisation des terroirs vitivinicoles français durant le XXe siècle, notamment à travers la création des Appellations d'Origine, qui ont subi par la suite des controverses toujours présentes dans le débat actuel, et qui ont fait depuis l'objet de plusieurs réformes.

CHAPITRE 1 : L'évolution sémantique de la notion de terroir

Longtemps le terme de terroir fut employé de manière aléatoire et imprécise dans son rapport à la qualité, et son utilisation a évolué du point de vue sémantique, selon le contexte du discours où il est employé ainsi que le sens qu'on lui attribue.

1.1 - L'apparition du concept de terroir

Du point de vue de son historicité linguistique, le mot « *terroir* » apparaît dans les textes français vers la fin du XII^{ème} siècle, dont l'étymologie serait issue d'une déformation populaire à partir du mot latin *territorium*⁴.

Si les Romains connaissaient probablement cette notion, ils n'avaient pas encore à l'époque de mot spécifique pour la qualifier⁵.

Dès le XVII^{ème} siècle, l'agronome Olivier de Serres aborde dans ses écrits le terroir, qu'il considère comme ce qui est issu de la terre, ce qui renforcerait la notion de qualité du produit et qui dans chaque canton de France donne un goût aux produits agricoles.

Ainsi, selon lui, « *le fondement de l'agriculture est la cognoissance du naturel des terroirs que nous voulons cultiver* » (de Serres, 1600, p.43).

D'ailleurs, c'est à cette même époque médiévale que la monarchie française et l'Église (dont le rôle des moines est éminemment important dans l'histoire du vin), en tant qu'autorités administratives et politiques, vont peu à peu tracer les contours des terroirs français comme des espaces territoriaux propres à chaque région du pays, processus qui avait débuté à l'époque gallo-romaine puis carolingienne.

Ainsi, dans le cas du vin, les viticulteurs mettent en relation depuis des siècles des cépages, c'est-à-dire une variété de raisin, avec le sol de leur terrain, illustrant le rôle

⁴ Étymologie de « terroir », 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/terroir>>. (Consulté le 13-11-2021).

⁵ Debarre Audrey. *Terroir, un mot tellement français*. 2021. [En ligne]. Disponible sur : <https://generationvignerons.com/terroir-un-mot-tellement-francais/?cn-reloaded=1>. (Consulté le 13-11-2021).

essentiel des hommes dans l'expression des terroirs (Fanet, 2001).

De cette manière les grands vignobles français ont été cartographiés, chacun possédant des terroirs spécifiques.

Par exemple dans le sud de la Dordogne, qu'on appelle le Périgord pourpre, du fait de la couleur cuivrée que revêt la vigne à l'automne et qui embellit le paysage lors des vendanges, sept terroirs sont mis en valeur : celui de Bergerac, de Monbazillac, de Saussignac, de Montravel, de Duras, de Rosette et de Pécharmant (Figure A), où l'on produit des vins à la fois communs à l'espace régional du Périgord et à son grand vignoble bergeracois, mais qui, en même temps, possèdent une spécificité géographique et des manières de faire propres aux variétés de vin que l'on y produit.

Dès lors que l'on s'intéresse au terroir, on peut relever l'importance des sciences agronomiques (propres à l'agriculture) et géographiques (tant physiques qu'humaines) qui le définissent dans son sens commun.

C'est d'ailleurs ce qu'affirme le Dictionnaire Larousse quand on lit la définition du terroir et ce que montre les synonymes de ce mot dans le CNRTL (Figure B).

D'une part une vision plutôt agronomique parle de « *L'ensemble des terres d'une région, considérées du point de vue de leurs aptitudes agricoles et fournissant un ou plusieurs produits caractéristiques* », dont les acteurs du monde vitivinicole français accordent encore aujourd'hui une importance prépondérante (Prévost et al, 2010).

Par exemple, la richesse du terroir périgourdin provient de la diversité de ses sols et du paysage, entre plateaux, vallées et versants (Figure 3), et du climat atlantique, qui permet de produire des vins originaux, notamment les célèbres liquoreux dont le secret réside dans une « *pourriture noble* » qui se développe à l'automne par l'humidité et la chaleur.

D'autre part, d'un point de vue plutôt géographique, on définit le terroir comme une « *Province ou campagne considérées comme le refuge d'habitudes, de goûts typiquement ruraux ou régionaux* ».⁶

⁶ Définition du terroir, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.cnrtl.fr/definition/terroir>>. (Consulté le 19-12-2021).

Ainsi les époques antiques, médiévales et modernes laissent apparaître dans le discours français l'histoire du concept de terroir, que Thomas Parker (Parker, 2017) décrit comme « *une mythologie culturelle qui s'est développée entre la Renaissance et la Révolution française* », et qui, déjà à ces époques, oscillait à la fois entre une vision positive et négative de celui-ci.

1.2 - Le terroir : entre valorisation et dévalorisation

L'appréciation du terroir dans le discours commun, autant à propos du vin que des autres produits alimentaires, a fluctué dans le temps, et ce encore aujourd'hui, souvent dans une dualité opposant (ou rapprochant) rural et urbain, tradition et modernité.

Par exemple, la concentration du pouvoir à Paris et Versailles par la noblesse a longtemps tenu un discours négatif sur l'éloignement des terroirs français dans un objectif de distinction sociale (Poulain, 2013).

En effet, la valorisation du terroir diffère ainsi selon le contexte des époques qui traversent l'histoire de France (Delfosse, 2012, P.65).

A la Belle Epoque, fortement marquée par l'exode rural et l'essor des industries alimentaires, et où le discours hygiéniste prend de l'ampleur, l'image du paysan et de la campagne sont connotées à une vision positive des produits du terroir.

Le terroir devient la matrice dans laquelle se développe le vin, il connote une notion d'exception et y trouve une définition légale, notamment avec la création des Appellations d'Origine Contrôlées (AOC) dans les années 1930.

Au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale, la modernisation de l'agro-industrie tend à standardiser l'alimentation et efface la richesse du terroir régionale.

En ville, où les citadins représentent les entités dominantes, le terroir évoque l'enracinement dans une campagne selon une vision archaïque du paysan.

Mais à partir des années 1980, puis de nouveau dans les années 2010, le terroir est revalorisé dans le discours commun comme dans les pratiques (notamment avec l'apparition de la « cuisine-terroir »), par la volonté de réaffirmer l'existence des anciens « *pays* », dans notre cas le Périgord, originellement du latin *petrocóres*, du nom du

peuple gaulois qui y résidait à la période antique ; dès lors le terroir redevient le signe d'un produit de qualité.

Ainsi, selon Téhoueyres, qui évoque l'image actuelle du terroir (2011, p.220) : « *Le produit régional répond à la recherche de re-territorialisation de l'imaginaire social des mangeurs comme des producteurs, visant à contrer les effets de la société industrielle par l'affirmation de l'attachement au pays* ».

A l'ère de la Mondialisation et d'une alimentation de plus en plus globalisée, le terroir devient un idéal qui cristallise le retour au local recherché par le consommateur :

« Le choix d'une cuisine marquée par son origine, au moins sur le plan imaginaire, offre à l'individu la possibilité de se construire un cadre sécurisant émotionnellement, économiquement, culturellement et participe à la construction de la personne, lui permettant de "bricoler" son existence propre. ». (Téhoueyres, 2011)

Dès lors, le terroir met en avant la notion de tradition, qui se caractérise comme « *une réponse, trouvée dans le passé, à une question formulée dans le présent* » (Lenclud, 1973, p.33).

Parfois teinté de nostalgie d'une époque traditionnelle ancienne, le terroir reste tout de même un concept dynamique utilisé comme innovation économique et sociale, tel que l'œnotourisme (Souissi, 2021).

Aujourd'hui, la qualité du vin issue des terroirs français fait face à sa Mondialisation, qu'Hinewinkel (2005, p.259), à propos du film Mondovino (Nossiter, 2004), perçoit comme « *un affrontement entre pratiques "locales" sinon traditionnelles et pratiques "mondialisées", entre vins géographiques et vins standardisés.* ».

Il ajoute, dans une volonté de ne pas raccourcir son propos à une simple opposition manichéenne, que :

« Il semble couler de source que "terroir" ne peut rimer qu'avec local [...] c'est alors oublier un peu vite que "small" n'est pas toujours "beautiful", qu'il existe de grands vins produits par des multinationales et des piquettes issues de petites propriétés sympathiques » (2005, p.260).

Il est indéniable que l'alimentation s'est fortement industrialisée ces dernières décennies, avec un éloignement des mangeurs face aux produits alimentaire qu'ils ingèrent.

Il en est de même pour le vin, les buveurs sont de plus en plus éloignés de son lieu de production initial, c'est-à-dire le terroir, qui, au même titre que les consommateurs, n'échappe pas à la crise de la modernité alimentaire, à l'image de la standardisation des produits en général.

Cependant, cela n'empêche pas d'utiliser l'image et le sens du terroir afin de répondre à cette « *crise anomique* » (Corbeau, 2004).

D'ailleurs, ce n'est pas anodin si la marketing contemporain, à tort ou à raison, mobilise de plus en plus le terroir :

« Que ce soit du côté des entreprises ou des clients, le marketing mobilise le terroir, non pour ce qu'il représente, mais pour ce qu'il induit comme potentiel de vente et d'achat » (Prévost et al, 2004).

CHAPITRE 2 - Les multiples définitions du concept de terroir en sciences sociales

Comme vu précédemment, le terroir apparaît pris en étau selon une considération agronomique et géographique, et sa définition dans le champ des sciences sociales a évolué ces derniers siècles.

2.1 - Le terroir selon l'agronomie

Du point de vue agronomique, le terroir, notamment le terroir vitivinicole, s'exprime souvent selon les facteurs physiques liés à l'agriculture et au vignoble en favorisant l'approche pédoclimatique des sols.

Ainsi selon Delfosse (2011, p.45) :

« Le terroir est donné comme immanent, il est préexistant à l'homme qui ne fait qu'en révéler les potentialités. Cette acception continue d'avoir ses adeptes, en particulier dans le secteur viticole ».

C'est d'ailleurs ce qu'affirme un vigneron de Pécharmant interrogé à ce propos : « *Un terroir, c'est le sol que connaît son vigneron.* », dont celui de Bergerac est riche « *du calcaire, de l'argile et du silex* » qui le composent (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe 2.1).

Il en est de même pour une vigneronne de Monbazillac : « *c'est important cette notion de terroir pour savoir qu'est-ce qu'on peut y planter dans notre sol et qu'est-ce qui va s'épanouir.* » (Sujet S2, vigneronne, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.3).

Déjà au XVII^e siècle, le terroir selon l'agronome correspond à un espace aux potentialités agricoles homogènes et identifiables au sein d'un village.

Ainsi note-on l'importance de facteurs physiques tels que l'ensoleillement, le vent, l'accès à l'eau, la topographie ou les reliefs.

Mais cette vision climatique et pédologique des sols du terroir n'est pas suffisante pour le comprendre, la qualité des vins est aussi l'expression d'un milieu social et de ce Roger Dion en 1952 nomme « *le vouloir humain* » (Dion, 1952, p.420).

Comme il le rappelle dans son ouvrage :

« Aussi le rôle du terrain dans l'élaboration d'un grand cru ne va-t-il guère au-delà de celui de la matière dans l'élaboration d'une œuvre d'art ». ⁷

Ainsi la hiérarchisation des terroirs n'est pas toujours rationnelle par rapport aux sols les plus adéquats.

Historiquement, cette hiérarchisation dépend de plusieurs facteurs telles que des raisons religieuses ou commerciales.

Les grands vignobles contemporains, plantés à l'époque médiévale, l'ont été en fonction de la proximité des voies navigables, qui constituaient à cette époque le seul moyen de faire voyager des vins que l'on ne transportait qu'en tonneaux.

Ces espaces constitueront peu à peu les grands terroirs que les Appellations d'Origine Contrôlées (AOC) viendront valider et figer administrativement.

La viticulture qui était autrefois en France une propriété aux mains de l'aristocratie, du clergé puis de la bourgeoisie, représentait pour ces acteurs autant une source de commerce et de profit que de prestige symbolique (Dion, 1960, p.355).

La dimension historique et économique est ainsi à prendre en compte dès lors qu'il s'agit d'étudier le terroir, et la qualité du vin n'est pas uniquement liée au sol : des événements ont pu amener à aménager des territoires qui ne sont pas forcément les plus propices à la culture de la vigne.

Par exemple, à Bergerac, les vins moelleux et liquoreux produits, dès le XVIIe siècle, sont liés à la demande hollandaise en vins doux (Berche, 2016).

⁷ Citation issue de la conférence « *Le bon vin entre terroir, savoir-faire et savoir-boire* », Calenda, 2008. [En ligne]. Disponible sur : <<https://calenda.org/194813>>. (Consulté le : 29/02/2022)

Par conséquent, au terme du XXe siècle, des chercheurs du développement agricole, dont nombreux étaient agronomes, ont introduit le concept de Système Agroalimentaire Localisé (aussi appelé « *Syal* », concept peu connu du grand public), qui appréhende le terroir comme un espace porteur de projet à l'initiative d'une communauté humaine, face à la vision parfois dominante et réductrice de son seul lien avec la production agricole (Prévost et al, 2011).

Les Syal, au même titre que le terroir, approfondissent l'étude des relations entre l'Homme, le produit et le territoire ; ils se caractérisent par l'analyse des spécificités territoriales afin de comprendre leur diversité et leur dynamique (Muchnik et al, 2010).

2.2 - Le terroir selon la géographie

Du point de vue de la géographie, le terroir a souvent été renvoyé au terme de « *territoire* », où la présence humaine, par effet d'anthropisation, transforme l'environnement que composent les sols, les paysages, l'espace et les écosystèmes.

Il est à rappeler que cette conception du territoire, en tant qu'objet dans la géographie moderne, est étroitement liée à la construction de la nation française et aux questions géopolitiques propres au rapport national-local, ainsi qu'aux problématiques régionales apparues à partir de la Révolution Française à la fin du XVIIIe siècle (Bérard, 2011, p.42).

Par la suite, le XIXe siècle fut lui-aussi marqué par la volonté du pouvoir politique, aux mains des jacobins, d'en finir avec les particularismes locaux dans l'espace français, en les marginalisant au profit de l'unité administrative de la nation.

Mais à partir de la fin XIXe siècle, l'apparition de l'école française de géographie, sous l'impulsion de Paul Vidal de la Blache, géographes et historiens participent dorénavant à une reconfiguration de la notion de territoire, en s'attardant à interroger les campagnes des provinces françaises selon des monographies régionales.

Ainsi le terme même de terroir, en tant qu'objet scientifique des sciences sociales, a longtemps été mis de côté face au concept de territoire, qui permettait de ne pas restreindre la ressource territoriale à la seule perspective de développement agricole (Giraut, 2008).

Tout de même, le terroir a fait l'objet de travaux de la part de chercheurs en sciences sociales au début du XXe siècle.

D'une part, un courant de la géographie rurale des années 1920 a longuement étudié les campagnes et la vie rurale, selon une influence ethnographique, en intégrant le poids de l'histoire et le rôle des usages et savoir-faire (Meynier, 1958).

D'autre part, un courant de la géographie agricole s'est spécialisé dans l'analyse de l'agriculture et du fonctionnement des exploitations agricoles (Bonnamour, 1973), plutôt selon une échelle macro-économique que monographique, en étudiant les politiques agricoles et le marché.

Mais l'embarras qu'a pu causer les politiques pétainistes de la France vichyste durant la Collaboration de la Seconde Guerre Mondiale ont amené la géographie (et aussi l'anthropologie) à délaisser cette notion de terroir.

Ce n'est que tardivement, à partir des années 1980, que celui-ci fut reconsidéré par ces disciplines, en l'étudiant comme un bassin de production central, notamment face au débat sur la qualité des produits dans le contexte de modernisation des Appellations d'Origine, dont la fondation avait débuté trente ans auparavant.

Ainsi, avec l'analyse du lien produit/espace/développement territorial, la géographie agricole ne se centre plus seulement sur l'étude des caractéristiques naturelles et traduit de manière plus précise le terroir : « *une combinaison entre milieu local de production et savoir-faire qui contribuerait à la qualité spécifique d'un produit, en particulier d'un aliment* » (Levy et al, 2003), introduisant le rôle primordial du facteur humain.

2.3 - La nécessité d'une définition officielle du terroir

Au-delà du terroir géophysique, caractérisé par ses ressources naturelles, le terroir-territoire est une véritable construction institutionnelle, sociale et historique.

Outre les divers concepts qui tentent de désigner le terroir vitivinicole, que ce soit la parcelle (dans le champ agricole et agronomique), le territoire géopolitique (qui privilégie l'approche politique), le Syal (sensible à la dimension économique) ou le terroir (selon l'étude des dimensions sociales et culturelles), c'est avant tout un produit spécifique, ici le vin, qui réunit ces différentes notions autour d'acteurs qui, dans le temps, mettent en place au sein d'un espace des pratiques vitivinicoles spécifiques (Figure D).

Au même titre, l'anthropologie sociale de l'espace, selon une approche épistémologique, considère le terroir comme lieu où les hommes construisent leur espace en le délimitant, en l'occupant, en le transformant, en le différenciant et en le désignant, les productions viticoles contribuant à donner du sens à ce lieu.

Cette dimension collective les inscrit dans la culture locale et permet de distinguer l'origine (être de ce lieu) de la provenance (venir d'un lieu sans qu'un lien particulier existe avec lui), démontrant l'importante signification symbolique que l'on donne au vin issu du terroir. (Lenclud, 1995).

En 2006 une équipe de chercheurs a amené des membres de l'Institut National de Recherche en Agronomie (INRAE) et de l'Institut National des Appellations d'Origine Contrôlée (INAO)⁸ à proposer une délimitation officielle du terroir, à la fois claire et complexe.

Selon ces chercheurs, un terroir représente :

- un espace géographique délimité ;
- dans lequel une communauté humaine ;
- construit au cours de son histoire un savoir collectif de production ;

⁸ Citation issue de la charte *Terroirs & Cultures*, 2005. [En ligne]. Disponible sur : <<https://planeteterroirs.org/>>. (Consulté le 02-02-2022).

- fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique et un ensemble de facteurs humains.

Ce système socio-technique :

- révèlent une originalité ;
- confèrent une typicité ;
- et aboutissent à une réputation ;
- pour un bien originaire de cet espace géographique.

Ainsi le terroir est un concept dont la définition et l'utilisation a longuement évolué en sciences sociales et dans le discours commun.

Mais déjà au début du XXe siècle, bien avant sa définition officielle en 2006, le terroir, et notamment le terroir vitivinicole, a été l'objet d'une institutionnalisation de la part de la puissance publique et des acteurs du secteur vitivinicole.

CHAPITRE 3 - L'institutionnalisation des terroirs vitivinicoles

La notion d'institutionnalisation se définit comme :

« Un mécanisme au cours duquel ce qui n'était pas encore perçu comme existant par des agents sociaux prend peu à peu forme par et en leur présence, au travers de leurs activités mentales, de leurs discours et pratiques, et finit par se voir doté d'une extériorité, d'une force ou d'une consistance suffisantes à leurs yeux pour bénéficier du qualificatif de réalité »⁹.

De ce fait, l'institutionnalisation des terroirs vitivinicoles a pour la première fois était actée en France, et dans le Monde, dans les années 1930 par sa reconnaissance légale et politique de la part du secteur public, sous le nom d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC).

La construction des AOC fut longue, dans un climat sous haute tension de surproduction et de perte de confiance, au début du XXe siècle, entre des syndicats de vignerons opposés par des enjeux importants pour un nom d'appellation, qu'ils soient prestigieux ou ordinaires (Jacquet, 2009).

Quand il est question d'AOC, c'est de terroir qu'il s'agit en fait, mais un terroir vu comme un espace de production géré par une organisation de producteurs (Hinnewinkel, 2009).

Comme le dit l'historien Marcel Lachiver :

« Il faudra attendre le début du XXe siècle pour que les responsables de la IIIe République, de compagnie avec les plus courageux et les plus lucides vignerons d'un vignoble près de sa perte, comprennent qu'il était nécessaire de mettre de l'ordre dans le paysage viticole français »
(Lachiver, 1988, p.336).

⁹ Définition de « l'institutionnalisation », Universalis, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.universalis.fr/encyclopedie/institutionnalisation/>>. (Consulté le 13-02-2022).

Dorénavant, à travers l'AOC, le terroir est étroitement associé à la protection de l'origine géographique du secteur viticole, qu'elle a d'ailleurs longtemps exclusivement concerné (Berard, 2011).

3.1 - La création des Appellations d'Origine pour le contrôle et la protection des vins du terroir

L'industrie millénaire du vin français va connaître une crise majeure dans les années 1845-1900 : la crise de la vigne par le Phylloxéra, un puceron importé d'Amérique qui ravage les pieds de vigne.

Les décennies suivantes verront croître le développement nocif de la fraude autour du vin, ainsi qu'une crise de surproduction commerciale.

A ce moment-là, la concurrence entre vin frauduleux et non contrefait aboutit à une révolte historique dans le Languedoc en 1907, l'importation de vins du Mahgreb, d'Italie et d'Espagne n'ayant pas aidé (Pouget, 2019).

Par la suite, plusieurs lois vont se mettre en place afin de contrôler l'origine du vin, en se succédant durant le début du XXe siècle, entre premières victoires et tentatives vaines, la crise économique des années 1930 aggravant la situation.

Une législation propre au vin va rapidement s'enchaîner dans les trente premières années du XXe siècle, à l'image de la loi de 1905 contre la répression des fraudes, puis de celles datant de 1919 et 1927, bien que le terme terroir n'apparaît pas en tant que tel : il est simplement fait état d'« *aire de production* » (Bérard, 2011).

3.1.1 - La naissance des Appellations d'Origine Contrôlées

La naissance des AOC se fait par le décret de loi du 30 Juillet 1935, sous l'impulsion du sénateur Joseph Capus et du Baron Le Roy, qui dorénavant catégorisent des Appellations d'Origine Contrôlées (AOC) devant répondre à des barèmes d'un cahier des charges contrôlé par l'Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO).

A titre d'exemple, le vin rouge de Montravel, issu du terroir de Bergerac, est connu

pour son cahier des charges considéré comme le plus strict de France, avec une analyse du vin avant, pendant et plusieurs fois après la mise en barrique.

Le principe de ces lois est de lutter explicitement contre les pratiques traditionnelles des négociants qui assemblaient ou coupaient des vins d'origines différentes à la recherche d'une homogénéité qualitative d'année en année.

Face à cela, les AOC sont devenues le triomphe du petit producteur et des syndicats de production de vins contre le négoce (Jacquet, 2009).

L'AOC désigne dès lors un vin dont les principales étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au vin.

Cela garantit et assure ainsi la tradition d'un vin géographiquement spécifique, selon un cahier des charges encadrant la technique, des cépages spécifiques, une densité de plantations, des rendements, un degré d'alcool, des types de taille, une mécanisation précise et des matériaux pour la vinification.

Son organisation géographique se divise en trois échelles : soit régionale (vaste), sous-régionale (plus spécifique), ou par village (autour d'un village central) et enfin en parcelle (de petites aires de production).

Dès 1936 ont été publiés les premiers décrets d'AOC dans le Journal Officiel, dont le vignoble de Bergerac fait très vite partie, avec les appellations telles que Monbazillac, qui encore aujourd'hui représente la première appellation de vins liquoreux du monde, ou bien les vins issus des Côtes de Bergerac.

De manière générale, l'AOC, dans le vignoble bergeracois, reste de nos jours une référence, représentant 2,8% de l'exploitation viticole d'AOC en France¹⁰, et selon un membre de l'interprofession « *plus de 90% de l'appellation c'est de l'AOP* » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

Le lien au terroir devient dès lors central : « *les AOC sont une alliance de la nature et de la culture dans cette entité complexe qu'est le terroir* »¹¹, rappelle Norbert Olszak, spécialiste du droit des appellations.

Elle correspond à une forme de traçabilité et peut être comprise aussi comme un label qualifiant qui permet à un produit de se démarquer des autres (Legouy et al 2019).

¹⁰ IVBD, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.vins-bergeracduras.fr/>>. (Consulté le 09-01-2022).

¹¹ Dupont Jacques, *À quoi servent les AOC ?*, Le point. 2018. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.lepoint.fr/vin/a-quoi-servent-les-aoc-1--14-05-2018-2218289_581.php>. (Consulté le 18-02-2022).

Ainsi dans les années 1930, l'AOC française acquiert une reconnaissance à l'échelle internationale, grâce à un processus extrêmement localisé et innovant d'identification de vins régionaux.

En ce qui concerne les vins ne bénéficiant pas de l'AOC, l'INAO, en 1942, proposa la création de la catégorie vins d'Appellation d'Origine Vin Délimité de Qualité Supérieure (AOVDQS), puis en 1968 des Vins de Pays (VDP) qui eux ne bénéficient d'aucune appellation (Filhol et al, 2001).

Par conséquent le degré de lien au terroir devenait ainsi la colonne vertébrale du système de classification hiérarchique et pyramidal des vins : la production française se répartissant entre, d'une part les vins de table sans revendication d'origine régionale particulière, et d'autre part l'ensemble des vins qui en font mention.

De cette manière, le terroir vitivinicole français s'est juridiquement institutionnalisé par les AOC à travers leurs inscriptions dans le Code Rural, puis à la fin du XXe siècle au sein du droit communautaire européen.

3.1.2 - L'évolution vers des Indications Géographiques (IG) européennes

Créé depuis 1992, le label européen AOP est une extension de l'AOC, dans le sens où il désigne des produits issus d'une aire géographique déterminée selon le savoir-faire reconnu de producteurs locaux.

À la suite de la réforme de l'Organisation Commune de Marché de 2009, les Vins AOC ainsi que la plupart des AOVDQS passeront en AOP ([Tableau A](#)).

Dans la hiérarchie de la qualité européenne du vin, après l'AOP vient l'Indication Géographique Protégée (IGP), qui identifie un produit agricole, brut ou transformé, dont les caractéristiques, comme la réputation, sont liées à son origine géographique.

Ainsi, pour prétendre à ce sigle, toutes les opérations depuis la récolte du raisin jusqu'à la fin du processus d'élaboration doivent être réalisées dans la zone géographique délimitée.

Actuellement à Bergerac, on compte 10 Appellations d'Origines Protégées et 13 AOC, qui chacune caractérise une typicité régionale et des vins dits de qualité, autant de rouges fruités, que de blancs expressifs, en passant par des rosés fleuris ([Figure E](#)).

En ce qui concerne les dénominations Vin de Pays (VDP) et Vin de Table (VDT), celles-ci sont passés soit en IGP, soit en Vin sans Indication Géographique (sans IG),

recouvrant dorénavant les Vins de France (VDF) et les vins de la Communauté Européenne (CE).

Ces vins sans IG sont considérés comme les plus ouvertes des appellations du fait de leur réglementation plus souple, qui n'oblige pas une inscription géographique précise ainsi qu'un niveau d'élaboration élevé ; elle est souvent le fruit d'assemblage de raisins aux origines diverses.

Si les VDF et de CE sont souvent des vins industriels, on y retrouve aussi des vins d'artisans produits par des vignerons qui s'affranchissent des appellations françaises et européennes pour vinifier sur leur terroir comme ils l'entendent.

3.2 - Les controverses portant sur la qualité institutionnelle des Appellations d'Origine

Comme le dit Mahdi à propos du terroir (2004, p.292) :

« Le fait de désigner un produit par son lieu d'origine constitue de façon quasi spontanée un lien entre la provenance, la qualité et la notoriété. Mais la notoriété qui s'attache alors au produit l'expose à des abus ».

A partir des années 1970, les consommateurs comme les experts ont constaté une dégradation progressive de la typicité et de la qualité gustative de vins issus de certaines AOC vitivinicoles.

Elle est, en outre, à l'origine de la forte réactivation d'un débat déjà ancien et toujours actuel, relatif aux rapports entre usages et qualité dans la définition de l'appellation d'origine (Humbert, 2011).

Selon le critique de vin Michel Bettane, « L'AOC désigne ainsi que l'Etat français garantit la véracité du nom géographique que porte la bouteille est juste, mais cela n'a rien à voir avec la qualité »¹².

Au même titre, en 2005, Philippe Mauguin, alors directeur général de l'INAO déclarait :

¹² Neiman Ophélie, *Le cépage est un instrument au service du terroir*, Le Monde, 2011. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hOUg>>. (Consulté le 18-02-2022).

« l'AOC est une garantie d'origine et de tradition. Elle ne donne pas d'assurance gustative. Un vin AOC n'a pas forcément meilleur goût qu'un autre. ».

Ainsi qualité d'un vin et AOC ne vont pas toujours de pair, comme le souligne le vigneron Jean-Paul Brun :

« la qualité est le résultat de bonnes décisions prises par de bons vignerons ; elle ne vient pas de ce que l'association des producteurs en fait un objectif pour toute l'appellation »¹³.

3.2.1 - La critique portant sur la typicité et le goût du terroir de l'AOC

La « *typicité* » est un néologisme utilisé depuis les années 1990 : elle se définit comme ce qui est similaire aux autres vins de la zone d'appellation, que nombreux professionnels recherchent afin d'obtenir le même vin d'une année à l'autre, et le distribuer plus facilement.

C'est un style de vin particulier que l'histoire a attaché au lieu de culture de la vigne, et que les AOC mettent en avant dans leur cahier des charges.

Nombreuses sont les controverses à propos de cette typicité, qui imposerait aux vignerons un standard gustatif, alors qu'il ne saurait exister un seul et unique vin normé par appellation, mais de nombreux vins pouvant avoir des expressions différentes sur une même appellation.

Ainsi, le système implique que soit le vigneron se plie à la typicité, soit il est maître de ses choix de production mais au prix d'être exclu de l'appellation.

Le cahier des charges impose alors des règles trop exigeantes, sur le goût final du vin comme sur sa production : on peut être exclu de l'AOC si le simple écart entre le pied de vigne déroge de quelques centimètres par rapport au règlement¹⁴.

¹³ Pons Frédéric, *Débroussaillage dans la jungle des étiquettes*, Libération, 2005. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hQU7>>. (Consulté le 13-02-2022).

¹⁴ Saverot Denis, *Relancer l'Inao*, La revue du vin de France, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.larvf.com/relancer-l-inao.4760525.asp>>. (Consulté le 07-01-2021).

3.2.2 - La critique portant sur la dégustation d'agrément de l'AOC

Une dégustation d'agrément est formée d'un comité qui juge un vin désirant devenir AOC à partir d'une bouteille-témoin, souvent celle d'un gros propriétaire de la région, censé représenter le terroir, et donc un goût prédéfini.

Pourtant, un terroir n'est pas nécessairement un goût uniforme, particulièrement dans les régions françaises aux vins d'assemblage.

Par exemple, entre 2004 et 2005, plus de 98 % des volumes présentés à l'agrément ont été reçus, il n'y a eu quasiment aucun déclassement.

Selon Michel Bettane :

« Seulement 20 % des vins d'appellation d'origine méritent ce statut. On a été d'un laxisme et d'une démagogie terrifiants dans la multiplication des appellations d'origine. Au départ, c'était des appellations historiques, codées, et on a les étendues à une très grande partie du territoire. »¹⁵.

C'est ce que pensait aussi un caviste de Bergerac : *« C'est une catastrophe, moi j'ai participé à des jurys d'agrément, et en fait les gens qui sont là sont d'une incompétence totale ! »* (Sujet S3, caviste, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe B.2).

Paradoxalement, la standardisation de la typicité a pour conséquence d'écarter des vins de qualité par des vignerons désirant faire reconnaître leur terroir et leur travail de valorisation de la vigne en tant qu'AOC, présentant une originalité marquée, respectant les règles traditionnelles, mais qui se voient finalement refuser l'agrément car n'étant pas conforme aux standards de l'appellation d'origine.

¹⁵ *ibid*

3.2.3 - La critique portant sur l'industrialisation de l'AOC

De plus, cette typicité est issue de l'expression du cépage, du climat, du terroir mais aussi d'adjuvants externes au moment de la vinification, aboutissant parfois à la création de vins technologiques aux arômes artificiels.

Comme relevé dans un entretien avec un caviste de Bergerac qui parle de certains vins d'aujourd'hui : « *avec des produits chimiques, impossible de trouver quoi ce soit.* » (*ibid*).

De nos jours, de véritables usines à vins, constituées de domaines de plusieurs centaines d'hectares, produisent des vins de gammes diversifiées, selon une marque qui permet de vendre avec des marges considérables, sans nécessairement recourir à l'argument de la rareté ou à une qualité sans commune mesure.

Une critique est ainsi faite sur le discours de l'industrie du vin qui s'accapare parfois le terroir comme simple élément de communication, afin d'inciter à la consommation des nombreux et divers vins qu'ils produisent (Caribassa, 2017).

De plus, on observe une remise en cause des procédés d'une agriculture de plus en plus moderne, notamment par l'augmentation du machinisme, destinés à améliorer la compétitivité et la productivité de vins, qui renoncent dès lors à une certaine tradition propre au terroir au profit du consumérisme et des Industries Agro-Alimentaires.

A l'image du film Mondovino, on analyse une certaine opposition entre des vins singuliers, cultivés de manière « *artisanale* », exprimant un terroir, et des vins partiellement « *standardisés* », aux arômes boisés et vanillés, selon une norme de goût à reproduire d'années en années, que le célèbre critique américain Parker a contribué à construire.

Un vin de qualité ne peut être produit dans des conditions qui outrepassent les capacités financières et techniques du vigneron enraciné dans son terroir, lui qui est pourtant l'acteur préalable à produire un vin qui respecte la tradition, la nature, le consommateur et sa santé.

3.3 - Les réformes et alternatives face à ces controverses

3.3.1 - L'évolution des AOP à propos de la qualité du vin

Les réformes des années 2000 par l'Union Européenne sur le vin français a définitivement imposé l'AOP-AOC en haut de la hiérarchie de la classification vitivinicole.

Selon Christian Paly, président du Comité National des Appellations d'Origine relatives aux vins et aux boissons alcoolisées : « *Nous avons intégré l'obligation de qualité pour les AOP* »¹⁶.

En effet, là où l'AOC reposait sur les principes de garantie et de protection de l'origine, la réforme de l'AOP a voulu intégrer la notion de qualité afin de mettre en valeur une stratégie face au marché international du vin.

D'un point de vue institutionnel, la structure de l'administration du contrôle des AOC était avant soumise à des syndicats d'appellation aux fonctions parfois confuses (entre producteurs trop repliés sur eux-mêmes, critiqués pour leur clientélisme avec l'INAO) remplacés par un Organisme d'Inspection (OI), un Organisme Certificateur (OC), extérieurs à l'INAO, qui délivrent dorénavant leurs propres sanctions.

De plus, un Organisme de Défense et de Gestion (ODG) participe maintenant à l'élaboration du cahier des charges pour la vigne, le chai et le vin, que valide ensuite l'INAO, par son nouveau Conseil des Agréments et des Contrôles (CAC).

Par conséquent, les vitiviniculteurs inscrits dans les AOP s'organisent autour d'une ODG (dont leur adhésion est obligatoire), illustrant la reconnaissance administrative du rôle des syndicats devenus ODG (Tableau B).

A travers cette réforme mise en place au milieu des années 2000, ce n'est plus seulement les vins qui sont contrôlés, mais également le processus et les conditions de production. La production et le négoce ont donc, en plus de l'obligation de résultat, une obligation de moyens.

Le contrôle analytique et dégustatif du vin demeure, mais dans une volonté d'être au plus près du stade de consommation, par un jury souvent renouvelé composé d'au

¹⁶ Sarrazin Chantal, *Réforme des AOC, le bilan dix ans après*, Champagne viticole, 2018. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hOUd>>. (Consulté le 16-02-2022).

moins 5 membres hétérogènes, qui doivent suivre une formation, issus de la production et du négoce (des opérateurs porteurs de mémoire), des œnologues (des techniciens) ou bien de sommeliers (des usagers-consommateurs du produits).

Mais au même titre que pour les critiques émises aux AOC avant la réforme, ce système d'indication géographique est remis en question sur la qualité des vins AOP et IGP.

Initialement, si la volonté reste de toujours vouloir tirer le vin français vers le haut de la pyramide qualitative, certains de ces vins (notamment à l'appellation régionale la plus vaste) font de l'AOP un refuge pour les bouteilles les moins prestigieuses (non autorisées à entrer dans les appellations communales), toujours plus vendeur qu'un Vin De France, jouant ainsi sur le prix final.

3.3.2 - Les vins de terroir

Certains vignerons choisissent délibérément de mettre en cause la typicité trop formatée du cahier des charges des AOC, issue d'une œnologie des années 1960 de vins à qualités moyenne pratique pour le négoce avec la Grande Distribution.

Par exemple à Bergerac, des vignerons réalisent des cuvées « Sud-Ouest », c'est-à-dire réalisées avec une proportion de cépages qui ne correspond pas aux préconisations du cahier des charges, et qui sont dès lors déclassées de l'AOC.

Il y a peu, le Château Tirecul La Gravière, estimant que l'AOC Bergerac ne véhicule pas une bonne image, a sorti ses Bergerac rouges et blancs secs de l'appellation¹⁷.

Depuis le début du XXI^e siècle, des artisans de la vigne revendiquent une nouvelle éthique d'expression du terroir, alliée avec des nouvelles pratiques respectueuses de l'environnement et du consommateur.

Ils revendiquent une grande liberté créatrice contre un système vitivinicole français jugé trop rigide et académique.

Il s'agit pour eux de redéfinir la typicité du vin en contournant la référence de base gustative des vins AOC vieille d'un siècle dans le pays, par une nouvelle différenciation qualitative selon leur propre circuit de commercialisation, de cavistes ou de restaurateurs par exemple.

Ils perçoivent le décret des AOC comme l'imposition d'une qualité minimale qu'il s'agit

¹⁷ Goinere Colette, *Château Tirecul La Gravière sort de l'AOC Bergerac*, Vitisphère, 2019. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hHFY>>. (Consulté le 11-11-2021).

de dépasser, en mettant en premier lieu le terroir avant leur créativité personnelle, voire l'idée même qu'ils se font du terroir, c'est d'ailleurs le nom qu'on donne de leur production : des « *vins de terroir* ».

Leur stratégie est de renoncer aux moyens qui ont contribué à la perte du terroir, en se tournant vers la tradition du passé, face à un modernisme technologique qui perçoit trop souvent le raisin comme une simple matière première.

L'authenticité d'un vin et la recherche de leur terroir constituent un lent apprentissage, un cheminement incertain qui n'est pas déterminé à l'avance, car selon ces acteurs, boire du vin, c'est un plaisir simple, et non un spectacle sophistiqué de notes aromatiques.

Etant hors des canons organoleptiques des AOC, il s'avère parfois que ces nouveaux vins de terroirs soient aussi hors des canons classiques : le bon goût n'est pas toujours au rendez-vous de leurs ambitions, face à la terre et au climat changeant d'une année à l'autre.

Il est vrai que leur volonté de limiter la technologie, comme par exemple la machine à vendanger, confère à ces vins une qualité parfois irrégulière.

D'un point de vue environnemental, les artifices modernes qui constituent le vin aujourd'hui et l'absence de l'entretien des sols par les décrets AOC sont en contradiction avec la nature du terroir et de la vigne libre, qu'on ne peut systématiquement forcer à l'aide de traitements chimiques, d'engrais, de désherbants ou de soufre, d'arômes et de levures.

Le terroir ne doit pas se réduire à une gestion bureaucratique ou patrimoniale, mais plutôt se reposer sur une démarche entrepreneuriale organisée et innovante.

A ces nouveaux vins de terroirs s'ajoutent des nouvelles manières de le déguster, on peut notamment parler de la dégustation géo-sensorielle (Rigaux, 2012).

Face à la traditionnelle dégustation sensorielle et analytique, propre à l'œnologie moderne, qui privilégie l'olfaction et la chimie organique du vin (par l'étude de son alcool, de ses tannins et son acidité par exemple), la dégustation géo-sensorielle s'intéresse plus à la chimie minérale et aux lieux de naissance du vin (selon le toucher et la texture du vin qui traduisent les différents sols qui composent les terroirs).

CONCLUSION PARTIE 1

La définition du terroir a longtemps fait débat au sein des sciences sociales, et la perception de son sens commun a évolué selon les époques et le contexte dans lequel il est employé.

Entre agronomie et géographie sociale, le sol et les savoirs-faire de vignerons issus des diverses régions historiques de France ont permis de mettre en place un système qui garantit une certaine qualité aux vins français.

Selon Stengel (2020), le terroir est dès lors un signe de qualité recherché autant par les vignerons pour la reconnaissance de leurs pratiques, que par les consommateurs, en quête d'authenticité et de proximité des lieux de production, mais aussi par les territoires eux-mêmes, privilégiant le terroir comme facteur de développement territorial.

Ainsi l'institutionnalisation des terroirs vitivinicoles durant le XXe siècle par les Appellations d'Origine a permis de réguler la production du vin par son contrôle et sa protection. Pourtant, le débat controversé sur la qualité du vin face aux Appellations d'Origine reste toujours d'actualité.

PARTIE 2 - PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES

INTRODUCTION PARTIE 2

Le terroir vitivinicole français peut ainsi se catégoriser comme un système productif, culturel et local (Prévost et al, 2010).

LAutour du terroir vitivinicole de Bergerac par exemple, ce sont des acteurs qui, au travers d'un savoir-faire et de pratiques, produisent, distribuent et consomment leur vin à partir de l'espace dans lequel ils sont réunis : le Périgord pourpre.

La majeure partie du vin de Bergerac a d'ailleurs été reconnu en tant qu'Appellation d'Origine, mettant en valeur les différents terroirs qui composent le vignoble.

En me rendant sur le terrain et en allant à la rencontre des individus qui chaque jour font vivre le terroir vitivinicole du Périgord, je me suis demandé qui sont ces acteurs qui font vivre le terroir ? Et comment le définissent-ils ?

Quelles pratiques vitivinicoles mettent-t-ils en place ?

A quels enjeux doivent-ils faire face ?

Quelles valeurs défendent-ils ?

Et de quelle qualité parle-t-on dès lors qu'il s'agit de juger un vin ?

Autant de questions qui permettent de comprendre en quoi le terroir vitivinicole et ses acteurs participent et valorisent la qualité du vin de Bergerac.

Suite à cet état de littérature à propos du concept de terroir, le travail bibliographique et le terrain exploratoire composé de plusieurs entretiens semi-directifs (Table des Annexes) qui s'en sont suivis m'ont amené de manière inductive à recentrer ma question de départ autour des notions telles que les acteurs, les pratiques, la qualité et la valorisation.

Ainsi dans cette seconde partie, nous reviendrons dans un premier chapitre sur l'élaboration de la problématique en nous intéressant aux acteurs et pratiques qui composent le terroir vitivinicole de Bergerac, puis aux notions subjectives de qualité et de valorisation.

CHAPITRE 1 - Élaboration de la problématique

1.1 - Les acteurs et pratiques du terroir vitivinicole de Bergerac

Le vin français s'est construit autour d'une organisation d'acteurs et de pratiques qui chacun participent, de près ou de loin, à l'élaboration d'une chaîne alimentaire qui encadre ce produit particulier.

Souvent associés dans un esprit de concurrence, de hiérarchie et de compromis, les acteurs de la filière du vin sont autant libres qu'interdépendants (Dion, 1952).

Le vin est plus qu'un produit agricole, le raisin, car il résulte de la transformation de celui-ci : la chaîne se divise entre, en amont, les métiers de la viticulture, proprement agricole, où le viticulteur produit la matière première, en indépendant ou en coopératives ; puis s'en suit la vinification, c'est-à-dire la transformation du raisin en vin par le vigneron récoltant ou le négociant viniculteur.

En aval intervient l'administration (comme les douanes), la commercialisation (avec des distributeurs et des communicants) et la consommation (des buveurs de vin).

Par exemple, au niveau de la production (viticulteurs et viniculteurs compris), on dénombre environ 800 producteurs de vin de Bergerac, souvent réunis dans les 5 coopératives du département de la Dordogne.

La transformation du raisin par la main de l'homme est nécessaire, et les opérations de vinification sont nombreuses (l'égrappage, le foulage, la macération, le pressurage...).

Chaque vitiviniculteur choisit quel cépage (la variété de raisin) il entend cultiver et transformer, car en fonction des régions, un même cépage ne s'exprimera pas de la même manière (Galet, 2015).

Différents cépages peuvent être assemblés entre eux, ce qui en fait d'ailleurs la spécificité de nombreux grands crus français ; cela permet en effet d'obtenir des vins plus complets et plus riches.

A Bergerac par exemple, l'assemblage des cépages est obligatoire, selon l'IVBD :

« Comme un peintre le ferait avec sa palette de couleurs, le vigneron mélange cépages et cuvées pour obtenir le meilleur vin possible. Il forge ainsi le style de son vin en associant en général trois cépages pour un vin rouge et deux cépages pour un vin blanc. »¹⁸.

Au même titre, seul un certain nombre de cépages sont autorisés, comme nous le rappelle un vigneron de Pécharmant interrogé à ce propos :

« Les cépages sont soumis par l'appellation, il n'y en a que quatre autorisés : cabernet sauvignon, merlot, cabernet franc et malbec, et parmi ces quatre cépages, on a les quatre au domaine, mais on tend à développer le cabernet franc et le malbec. » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

Il ajoute que selon lui, la richesse du terroir de Bergerac provient de la diversité des vins, il parle d'une « *variété de couleur : on fait des rouges, des blancs des rosés* ».

Au niveau de la distribution, la vente de vin se partage entre 5 grands canaux : la Grande Distribution, les magasins spécialisés, la vente directe au domaine, la vente en ligne et les épiceries fines et restaurants.

Il est à noter que la Grande Distribution a pris une place croissante dans les débouchés de la production viticole française, notamment en développant des marques de distributeurs puissantes, assurant la régularité de la qualité-prix et une disponibilité constante de leurs vins, tout en accordant une attention particulière aux produits issus des terroirs.¹⁹

Certains critiquent ce modèle, un caviste de Bergerac pense par exemple que « *La Grande Distribution ils ont pas du vin, ils ont des prix* » (Sujet S3, caviste, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe B.2).

Mais d'autres canaux de distribution sont importants dès lors que l'on suit le vin issu

¹⁸ IVBD, *Nos cépages*, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.vins-bergeracduras.fr/decouvrez/nos-cepages>>. (Consulté le 21-01-2022).

¹⁹ Rapport Sénat, *L'avenir de la viticulture française*, 2011. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.senat.fr/rap/r01-349/r01-34917.html>>. (Consulté le 21-01-2022).

du terroir, notamment les caves et les restaurants, qui mettent en avant les produits du Périgord en offrant des débouchés aux producteurs au sein d'un écosystème local.

Par exemple, un vigneron interrogé ne vend aucun de ses vins en Grande Distribution et préfère opter pour : « *Que du local ! 60% sont vendus dans le Périgord, et 100% en France. Principalement à travers les restaurants, les caves et les particuliers.* » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

Un restaurateur de la ville nous indique qu'il ne propose à sa carte seulement : « *des Bergerac, surtout du vin de Bergerac ! Vu que nous sommes à Bergerac...* » (Sujet S6, restaurateur, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe E.2).

Au niveau de l'administration territoriale des terroirs français, L'INAO (L'Institut National de l'Origine et de la Qualité) est un acteur de premier ordre. Il est ainsi en charge de la mise en œuvre de la politique française des signes officiels de la qualité et de l'origine (SIQO) en France : AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) et AOP (Appellation d'Origine Contrôlée), IGP (Indication Géographique Protégée), Label Rouge, STG (Spécialité Traditionnelle Garantie) et AB (Agriculture Biologique).

De plus, il faut rappeler l'importance des interprofessions, qui sont des établissements privés d'intérêt public, qui permettent aux vignerons de négocier des accords avec le gouvernement en leur nom et pour leurs intérêts, afin de défendre les terroirs et développer leur activité.

Par exemple, le vigneron interrogé nous racontait : « *Je fais partie du bureau de gestion de l'interprofession. On cherche à trouver des axes de développement pour la viticulture régionale et mettre en place des outils face au négoce.* » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

Par ailleurs, chaque région est armée d'un syndicat afin de défendre les intérêts de la production au niveau local.

La Production comprend souvent une fédération de syndicats à appellation contrôlée (composée de syndicats de caves coopératives ou d'appellations régionales) et le Négocio comprend des syndicats de commerce.

Comme l'explique un membre de l'Interprofession de Bergerac :

« Les syndicats traitent de l'ensemble des questions techniques, de la vigne jusqu'au chai, et les interprofessions gèrent tout ce qui va être après, du chai jusqu'au verre du consommateur, c'est-à-dire les politiques de promotion, de commercialisation, de notoriété du vignoble. » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

Enfin, au niveau de la consommation, les consommateurs, dans notre cas des buveurs de vin, sont des individus à prendre en compte dès lors que l'on aborde la qualité du vin par le prisme du terroir, car le lieu d'origine est l'un des principaux facteurs qui oriente le choix des clients (Peterson et al, 1995).

De plus, aujourd'hui, autant les vignobles que les consommateurs en France ont évolué depuis plusieurs siècles.

La volonté perpétuelle de rechercher la qualité du vin a balayé les vins de consommation courante tel qu'il en existait beaucoup autrefois, en parallèle de la disparition progressive de leurs consommateurs qu'étaient les paysans et les ouvriers (Legouy et al, 2019).

Les français sont ainsi passés d'une consommation régulière à une consommation occasionnelle et festive (Figure F).

De nos jours, nombreuses études démontrent que les consommateurs, autant néophytes qu'amateurs, sont perdus face au flot de vins multiples, identifiés selon l'origine géographique, les caractéristiques gustatives, la marque, les cépages, le prix, la renommée et le conseil du caviste ou bien des experts²⁰.

Pour le pays de la vigne, les individus se trouvent souvent peu connaisseurs, quant à la qualité d'un vin, face à cet hyperchoix.

²⁰ UFC Que choisir, *La réforme des AOC*, 2007. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.quechoisir.org/dossier-de-presse-reforme-des-aoc-viticoles-comment-restaurer-le-lien-avec-le-terroir-n11923/>>. (Consulté le 14-02-2022).

1.2 - Les divers degrés de la qualité d'un vin

Le jugement de la valeur qualitative d'un vin est pluriel, et peut dépendre de divers facteurs subjectifs.

Par exemple, un vigneron de Pécharmant pense que la qualité est avant tout une question de temps : « *c'est le travail du terroir, c'est le travail de la vigne, c'est prendre le temps pour les vinifications, c'est prendre le temps pour vendre ses vins* » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

Une autre viticultrice de Monbazillac nous répond tout simplement : « *Un bon vin ? Pour moi, c'est déjà un vin qui n'a pas de défauts, après bon c'est très subjectif, ça dépend des goûts, c'est pas si évident. Un bon vin ne le sera pas forcément pour une autre personne.* » (Sujet S2, vigneronne, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.3).

Enfin, un caviste de Bergerac pense : « *il faut absolument que le vin soit vivant, il ne faut pas toucher au sol* » (Sujet S3, caviste, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe B.2).

En terme général, l'unanimité de la critique est rare selon les acteurs de la filière du vin, qu'ils soient journalistes, sommeliers ou bloggers, à la frontière entre la qualité, l'authenticité et l'originalité d'un vin et la perception subjective que l'on s'en fait.

Ainsi, selon Ceccaldi (2021), qui reprend une citation issue d'une enquête de chercheurs de l'INRA :

« La définition d'une qualité est toujours localisée et datée, on n'a pas de définition objective, universelle de la qualité. Et c'est pour cela que l'on parle de construction sociotechnique de la qualité. ».

La qualité du vin peut dépendre de nombreux facteurs : les politiques de santé publique, le goût des individus (organoleptique ou éthique), les usages que l'on fait du vin, la manière qu'un vitiviniculteur a de le produire, le prix de celui-ci, son packaging

Par exemple, historiquement, le vin a toujours suscité des discours par rapport à la santé.

Longtemps considéré comme une boisson vertueuse pour le corps humain d'un point de vue médicinal, l'évolution de la science à partir du XXe siècle transforme cette

perception publique.

Si les faits scientifiques démontrent que le vin à petite dose peut permettre des intérêts pour le système cardiovasculaire, notamment selon le *french paradox* à travers le régime méditerranéen (ce qui ne fait d'ailleurs pas consensus chez tous les acteurs de la santé), il n'en est pas moins un alcool, qui peut entraîner une dépendance forte chez le consommateur²¹.

La principale opposition à la consommation de vin au niveau de la santé trouve ses origines dans le courant hygiéniste, propre aux travaux de Pasteur datant du XIXe siècle, qui postulent qu'une amélioration du milieu de vie des individus entraîne *de facto* une amélioration de leur santé.

Le vin, qui fait maintenant officiellement partie du patrimoine français²², reste tout de même affaiblit par la lutte anti-alcool des hygiénistes contre les vigneron.

De plus, la qualité que l'on accorde au vin peut dépendre de son procédé de fabrication.

Une consommatrice interrogée pointe l'importance de « *l'endroit d'où vient le vin, et comment il est fait* » (Sujet S5, consommatrice, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe D.2).

Ainsi les différentes manières de viticulture (grandes ou petites parcelles) et de vinification (en barriques faites de chêne ou d'inox par exemple) dépendent des procédés que les acteurs veulent mettre en place.

Dans le cas du système européen par exemple, la tradition attache beaucoup d'importance à l'origine du vin dès lors qu'il s'agit de le juger et d'en percevoir une certaine, et ce à travers le terroir, l'appellation géographique et le savoir-faire qui lui confèrent une typicité ; en ce qui concerne les vins du Nouveau Monde, c'est généralement le cépage qui prime et que l'on met en avant.

Cela dépend aussi du millésime propre au climat de l'année en question, ou bien à l'éthique que l'on accorde : entre des vins industriels ou respectueux de l'environnement par exemple.

Ainsi la typologie de consommateur est lui aussi un acteur important quant à la

²¹ Arvers Philippe, « *French paradox* », 2019. [En ligne]. Disponible sur : < <https://urlz.fr/hl7p>>. (Consulté le 31-01-2022).

²² Journal Officiel, *loi n° 2014-1170 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt*, 2014. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.oiv.int/fr/economie/france-le-vin-fait-partie-du-patrimoine-culturel>>. (Consulté le 24-03-2022).

perception de la qualité du vin : qu'il soit amateur, néophyte, connaisseur, qui font leur choix selon leur expérience, leur sens ou bien leur éthique.

Par ailleurs, la question du prix est lui aussi un autre facteur très intéressant, tant du point de vue du producteur que du consommateur.

Ce prix est fixé selon le marché et la conjoncture économique, et en tant que produit, à l'image d'une marque alimentaire, le packaging est aussi important : l'étiquette guide souvent le consommateur, qu'elle mette en avant une image, une typographie, un label ou toute autre indication informative sur une bouteille de vin (Chiffolleau et al, 2004).

Le processus de fixation du prix d'un vin dépend d'une multitude de facteurs : du coût de production unitaire des bouteilles, du volume total produit, de la demande pour ce produit, de la valeur psychologique du produit, autrement dit, de la somme que les acheteurs sont prêts à dépenser pour l'acquérir²³.

Enfin apparaît la question du goût, propre à des notions de jugement organoleptiques et dégustatifs, d'esthétique et de mode.

L'énonciation « *j'aime ce vin* » dépend d'une appréciation subjective et personnelle, alors que « *ce vin est bon* » découle d'une appréciation relative à la qualité.

Cette subjectivité gustative est censée être objectivée par la critique oenologique d'experts, qui pourtant est remise en question sur sa réelle partialité (Teil, 2001).

Cette question a d'ailleurs été interrogée par les travaux propres à la sociologie du goût qui parfois s'opposent : d'un point de vue délibératif, le buveur fait des choix individualisés rationnels et conscients par rapport à ses propres goûts personnels.

Mais dans une perspective déterministe, les goûts et les dégoûts de chacun expriment une position dans le monde social (Bourdieu, 1979).

Si l'on résume souvent la position de nos goûts propres par l'allocution « *j'aime mieux ceci que cela* », le goût engendre des préférences alimentaires qui nous classent, selon l'idée que l'on se fait de celui-ci, entre un goût spontané et un goût proclamé, entre pratiques et déclarations ; c'est d'ailleurs le cas pour le vin, qui a souvent été un objet utilisé à des fins de distinctions sociales, entre non-amateur, néophyte et expert, « *qui*

²³ *Quels sont les signes de la qualité d'un vin ?* 2019. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.lesgrappes.com/magazine/parlons-vin/oenologie/quels-sont-les-signes-de-qualite-dun-vin>>. (Consulté le 14-11-2021).

ont plus ou moins tendance à s'accorder plus de culture qu'ils n'en ont. »²⁴.

L'espace social peut tendre à prédire probablement le goût que l'on a du vin, sans forcément y être condamné.

Si l'on fait un parallèle avec l'art, juger le goût d'un vin comme l'esthétique d'une toile ne peut jamais être réellement désintéressé et autonome.

Le regard pur de « *l'art pour l'art* », sans détermination externe, reste souvent le fruit d'un apprentissage historique de normes légitimes, et déguster un vin « *pour lui-même* » reste toujours encadré par des règles propres à l'œnologie.

Pour résumer ces propos précédemment énumérés, selon Cuya Gavilano (2018), on peut mettre en avant cinq dimensions de la qualité alimentaire :

- la qualité psychosensorielle, liée au goût et au plaisir ;
- la qualité santé, en terme de sécurité alimentaire et nutritionnelle ;
- la qualité d'usage, selon la fonctionnalité en rapport avec son prix ;
- la qualité sociale et symbolique, comme par exemple l'appartenance à une catégorie socioprofessionnelle ;
- la qualité éthique et sociétale, soit la préoccupation de certains instances liées à l'alimentation comme l'origine ou les manières de production.

La qualité n'est donc pas une donnée préalable, mais au contraire le résultat de diverses pratiques de la perception. Et pour produire un jugement général sur la qualité des vins, il ne faut pas une technique de qualification, mais de multiples, de sorte à épuiser l'ensemble des perceptions possibles d'un produit (Dubuisson-Quellier, 2003).

²⁴ Cours de SES, *Interview de Bourdieu sur les jugements de goût*. 2018. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.youtube.com/watch?v=09ZI1hkarQk>>. (Consulté le 12-12-2021).

1.3 - La valorisation de la qualité d'un vin

La notion de valorisation se définit de manière polysémique et renferme l'idée de valeur (*valoris* en latin, c'est-à-dire *valoir*), qui est le résultat d'une estimation, d'une évaluation.

De ce point de vue, la valorisation serait donc cette action de mesurer une chose, comme la valeur d'un vin par exemple, ou les valeurs d'un vigneron²⁵.

La valeur n'est donc pas un concept absolu, car dans le cas du vin par exemple, il faut autant prendre en compte ses propriétés physiques intrinsèques que son évaluation extrinsèque par le regard des individus qui le jugent, du producteur au consommateur.

C'est une variable qui peut changer et évoluer selon le contexte (Cuya Gavilano, 2018).

Mais la valorisation, c'est aussi le fait d'augmenter la valeur d'une chose, dans les deux cas, cette notion se caractérise comme positive.

1.4 - Reformulation de la question de départ et problématisation

Pour rappel, notre question de départ interrogeait en quoi un terroir participe-t-il à la qualité du vin ?

Ainsi pour résumer l'apport de nos connaissances à l'état actuel :

- nous sommes revenus sur la notion de terroir et son évolution historique et sémantique, autant dans le discours commun qu'en sciences sociales, et son institutionnalisation par les Appellations d'Origine à partir des années 1930, de nos jours controversée ;
- nous avons défini le terroir vitivinicole, où, autour du produit qu'est le vin, des acteurs réunis au sein d'un espace géographique délimité vont mettre en place des

²⁵ Robin Agnès, *La définition de la notion de «valorisation» dans le contexte de la recherche scientifique*, 2017. [En ligne]. Disponible sur : <<https://canlii.ca/t/xjw0>>. (Consulté le 03-02-2022).

pratiques et savoirs-faire afin de produire, propager et représenter des vins spécifiques ;

- nous avons présenté le vignoble de Bergerac, composé de sept terroirs à la fois distincts et interdépendants, du point de vue des facteurs naturels physiques (notamment les sols) et des vins qui y sont produits ;
- nous avons présenté les acteurs de ce vignoble du Périgord qui font vivre le terroir, certains avec qui nous avons d'ailleurs passé des entretiens semi-directifs ;
- nous avons présenté la notion subjective de la qualité du vin, analysé selon plusieurs déterminants et contextes ;
- ces déterminants qualitatifs s'expriment selon une certaine valeur que l'on accorde au vin, et peuvent être plus ou moins valorisés

Ainsi il peut être intéressant de se demander : quels sont les processus communs de valorisation de la qualité du terroir vitivinicole de Bergerac que partagent les acteurs du Périgord ?

CHAPITRE 2 - Hypothèses

Afin de répondre à cette problématique, nous nous basons ici sur la représentation schématique (Figure H) du terroir proposé par Prévost (2010) afin de dégager trois grandes valeurs mises en avant par les acteurs du terroir de Bergerac.

2.1 - Hypothèse 1 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur marchande

Le vin que produisent les acteurs du terroir Bergerac est en effet valorisé d'un point de vue économique par sa qualité spécifique.

2.1.1 - La qualité spécifique de la typicité du terroir vitivinicole

Les acteurs du terroir sont liés entre eux, notamment les vitiviniculteurs qui produisent des vins régionaux qui s'accorderont souvent gustativement, permettant de caractériser le terroir auquel ils appartiennent.

Les caractéristiques d'un terroir vues précédemment contribuent ainsi à donner un caractère unique, souvent caractérisé par la notion de typicité, et par conséquent, au vin lui-même²⁶.

Très vite, c'est le vin de Monbazillac qui revient dans les entretiens dès lors que l'on parle des vins de Bergerac. Ainsi selon une consommatrice : « *Si on dit Bergerac, on dit Monbazillac, c'est le vin porte-étendard.* » (Sujet S5, consommatrice, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe D.2).

²⁶ Vaudour Emmanuelle, *Notion de terroir viticole*, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.vinsvignesvignerons.com/Geologie/Notion-de-terroir-viticole/Notion-de-terroir-viticole>>. (Consulté le 09-12-2022).

Selon un membre de l'interprofession qui parle de la notoriété des vins liquoreux de Monbazillac :

« On touche directement à la typicité des terroirs parce qu'en fait pour faire du liquoreux il faut ce qu'on appelle un pourriture noble. C'est un petit champignon qui s'appelle le Botrytis, il va se mettre sur les raisins et il va un petit peu les confire [...] Sur un autre terroir, on pourrait pas avoir de liquoreux. » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

Ainsi « des acteurs économiques reliés par des relations de complémentarité, coopération ou concurrence vont chercher à construire et à exploiter des ressources difficilement imitables ou délocalisables. » (Asselineau et al, 2014).

Ces pratiques sont parfois très anciennes, comme le pense un caviste de Bergerac, qui rappelle l'importance de :

« L'ancestralité de production de vin sur le lieu, donc la main d'Homo Sapiens, de l'homme ou de la femme qui le magnifie parce qu'en fait y'a une antériorité telle qu'on sait exactement qu'on a une façon de faire qui n'est pas la même partout. »
(Sujet S3, caviste, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe B.2).

Gage de qualité et d'authenticité, les vins du terroir, notamment sous appellation d'origine, se commercialisent donc souvent à des prix plus élevés que la concurrence²⁷.

Comme le rappelle un vigneron interrogé : « C'est un atout économique ! L'appellation Pécharmant est réputée, donc ça permet d'avoir de la demande. » (Annexe 2.1).

C'est aussi ce que pense un membre de l'interprofession : « quand on a comme objectif de valoriser la production, ça passe par l'image de son terroir, ça participe à une notoriété globale » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

²⁷ Marché, économie et terroir, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hlcs>>. (Consulté le 09-12-2022)

2.1.2 - Une stratégie de différenciation

Cette typicité des vins du terroir est mise en valeur sur le marché selon une stratégie de différenciation : l'idée pour les acteurs du terroir est de fabriquer de la différence et à le faire savoir.

A l'image d'une marque, un processus de marketing et de communication est mis en place autour de l'image du terroir vitivinicole, qui se base à la fois sur attraits réels de la qualité du vin issu du terroir, tout en construisant en même temps une représentation mentale et collective de la notoriété de celui-ci.

Comme le rappelle la vigneronne de Monbazillac : « *Le Périgord a une bonne renommée à travers la France.* » (Sujet S2, vigneronne, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.3).

De ce fait, le vin du terroir renvoie à une origine géographique à laquelle « *on attribue une certaine qualité, qu'on présuppose être la meilleure quand bien même on n'a jamais testé le produit en question* »²⁸.

Ainsi les sciences de gestion s'intéressent aux différents potentiels qu'offre le terroir pour les acteurs en tant qu'avantage concurrentiel et en termes de valeur ajoutée (Polge, 2003).

Un membre du bureau de communication et marketing de l'interprofession de Bergerac pensent que les appellations d'origine doivent être mis en avant, à travers des salons par exemple tel que « *Périgord Attitude, qu'on a développé pour unir nos forces autour des produits du Périgord, et faire la promotion des produits sous signes de qualité. C'est un programme qui renforce la notoriété des produits du Périgord.* » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

²⁸ *Marché, économie et terroir*, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hlcs>>. (Consulté le 09-12-2022).

2.2 - Hypothèse 2 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur culturelle

Une seconde hypothèse avance que la valorisation du vin du Périgord permet de réunir les acteurs du terroir autour d'une référence culturelle commune, en termes d'identité et de patrimoine.

2.2.1 - Le patrimoine du terroir vitivinicole

Les acteurs du terroir vitivinicole mettent en avant le patrimoine alimentaire de leur région. On peut définir ce patrimoine comme « *l'ensemble des produits agricoles, bruts et transformés, des savoirs et savoir-faire mobilisés pour les produire, ainsi que les techniques et objets culinaires liés à leur transformation.* » (Bessière, 2012, p.195).

Comme le rappelle un vigneron interrogé : « *ce qui nous fait vendre du vin, c'est notre patrimoine avant tout. Le Périgord, c'est la première région touristique de France hormis les littoraux.* » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

La patrimonialisation des produits locaux du terroir se fait de manière diverse et par plusieurs acteurs du développement local : par exemple des élus locaux, des membres de l'organisation touristique, des restaurateurs, et aussi des cavistes, dont l'un d'entre eux rappelle, à propos du terroir de Bergerac, que : « *C'est une des trucs qu'on a de plus beau, c'est extraordinaire !* » (Sujet S3, caviste, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe B.2).

On retrouve des espaces qui mettent en avant le terroir du vin du Périgord, par exemple le musée de la ville de Bergerac du vin et de la batellerie.

De plus, aujourd'hui, un aspect important du patrimoine vitivinicole de Bergerac s'illustre par l'œnotourisme, selon Marcellin (2016) :

« Des acteurs privés et publics s'emparent de ces thématiques et tentent de construire une offre touristique territorialisée fondée sur des produits culinaires phares, comme le vin ou le fromage, dont la patrimonialisation rejaillit sur l'ensemble du territoire ainsi mis en valeur. ».

C'est aussi ce que pense une consommatrice de vins de Bergerac :

« L'IVBD participe beaucoup aux évènements de la ville, à des spectacles par exemple, et tout le monde les connaît un peu, ils font des soirées. Ils ont créé un grand bar à vin, et il y a aussi la Route des Vins qui permet de visiter tous les châteaux et les vignobles du Périgord ! » (Sujet S5, consommatrice, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe D.2).

2.2.2 Identité et innovation du terroir vitivinicole

La valeur culturelle du vin du terroir s'inscrit dans le patrimoine par son ancrage historique qui donne sens au lieu et à l'identité régionale défendu par les acteurs (Mahdi, 2004).

Selon Berche (2012), cela démontre *« la preuve de l'importance que revêt la vigne dans la dimension identitaire des hommes et des femmes vivant sur l'espace considéré »*.

Comme le dit un vigneron interrogé :

« Par exemple Pécharmant c'est uniquement 400 hectare et 40 vignerons, c'est vraiment un lieu défini et ça permet d'être peu nombreux sur un même terroir. Et ça permet aussi d'avoir une identité commune. » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

C'est aussi ce que pense un caviste de Bergerac : *« Dans le Sud-Ouest, on a des grandes appellations, avec des grosses diversités. Et on a une identité de la façon qu'on a de faire du vin. » (Sujet S3, caviste, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe B.2).*

De la même manière, une consommatrice pense que : *« si je trouve deux bonnes bouteilles et qu'il y en a une qui vient de Bergerac, peut être que je prendrai plus celle de Bergerac, par fidélité » (Sujet S5, consommatrice, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe D.2).*

Enfin un restaurateur nous indique *« j'ai une vision positive de ces vins, un Bergerac y'a pas de soucis ! » (Sujet S6, restaurateur, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe E.2).*

Ces savoir-faire ancestraux et ces produits typiques et inimitables sont issus de l'héritage, mais peuvent provenir autant de processus urbains que ruraux, d'anciens habitants comme de nouveaux.

Comme le pense un membre de l'interprofession : « *Bergerac s'est construite autour du vignoble, elle est directement rattachée à l'histoire des vins du Périgord* » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

Ainsi : « *En contribuant à qualifier des espaces en devenir et en s'appliquant à des produits communs, la patrimonialisation apparaît davantage comme une valeur ajoutée identitaire que comme une ressource révélée.* » (Delfosse, 2011).

Le terroir est pour les acteurs un lieu à la fois de tradition et d'innovation à tous les niveaux, par exemples technologique, marketing, organisationnelle, et par l'action de diverses personnes, autant de manière individuelle que collective (Bessière et al, 2011).

Par conséquent, le terroir se caractérise à la fois comme « *l'idée d'un projet collectif porteur de changements et l'idée d'une conscience collective de l'ancrage historique, social, d'une communauté à un milieu et à un territoire de pratiques.* » (Prévost et al, 2014).

Le terroir vitivinicole de Bergerac doit d'ailleurs aujourd'hui faire face à l'évolution des traditions familiales et au besoin d'innovation actuel, comme le rappelle une membre de l'interprofession :

« *Avant les domaines viticoles étaient un patrimoine familial. [...] Maintenant, on a un peu un problème de transmission, et il faut trouver des repreneurs. [...] C'est pour ça qu'on a créé un bureau "oser le vignoble de Bergerac et Duras", et c'est vraiment un site qui s'intéresse aux investisseurs.* » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

2.3 - Hypothèse 3 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur écologique

En dehors des valeurs marchandes et culturelles, c'est finalement selon une valeur écologique que se mettent en place les processus de valorisation de la qualité du terroir vitivinicole de Bergerac. Le terroir peut être caractérisé comme un écosystème que les acteurs du vin tentent de développer de manière durable sur le long terme.

2.3.1 - Les services écosystémiques du terroir vitivinicole

Dès lors qu'on étudie l'écologie, soit « *la science qui étudie les rapports entre les organismes et le milieu où ils vivent* »²⁹, la notion d'écosystème apparaît rapidement, c'est-à-dire une « *unité écologique de base formée par le milieu (biotope) et les organismes qui y vivent (biocénose)* »³⁰.

Cet écosystème, baptisé agrosystème quand il est pris dans un contexte agricole, renvoie à la notion de bien commun, définit comme un bien patrimonial partagé par les membres d'une communauté, autant dans le sens moral que matériel.

Le bien commun produit au sein de ces regroupements de producteurs, c'est-à-dire la réputation des AOC possède les attributs d'un « *bien club* » (Torre, 2002).

En effet, le terroir vitivinicole de Bergerac, aux nombreuses appellations d'origine, peut être considéré comme une forme d'écosystème local : « *Il s'agit donc un réseau d'entreprises, potentiellement concurrentes, qui collaborent sur un terroir au sein d'une marque commune, mettant ainsi en œuvre une stratégie collective de territoire* »³¹.

D'ailleurs, comme le pense un vigneron de Pécharmant à propos des rapports entre les différents acteurs du vin, « *on échange sur les manières de cultiver, sur le travail du sol...* » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

A Bergerac par exemple, l'activité autour du vin se concentre au Quai Cyrano, une Société d'Economie Mixte, qui regroupe à la fois l'office de tourisme du Grand

²⁹ Haeckel Ernst, *Définition de l'écologie*, 1866. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.universalis.fr/encyclopedie/ecologie/>>. (Consulté le 04-03-2022).

³⁰ Dictionnaire Le Robert, *Définition d'un écosystème*, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/ecosysteme>>. (Consulté le 04-03-2022)

³¹ Albert-Cromarias Anne, AOC viticoles : quand le terroir crée de la valeur, 2020. [En ligne]. Disponible sur : <<https://theconversation.com/aoc-viticoles-quand-le-terroir-cree-de-la-valeur-133184>>. (Consulté le 15-01-2022).

Bergeracois, l'espace vins de l'interprofession des vins de Bergerac et Duras ainsi que l'espace muséographique.

Ainsi la stratégie territoriale réside dans la volonté de dynamiser les emplois liés au vin dans la région.

Par conséquent, ce n'est pas anodin si le Conseil Interprofessionnel des Vins de la Région de Bergerac (CIVRB) et le Conseil Interprofessionnel des Vins de Duras (CID) a fusionné en 2014 en tant qu'Interprofession des Vins de Bergerac et Duras (IVBD).

Par la suite, celle-ci a de nouveau fusionné en 2018 avec la Fédération des Négociants (FNVBSO) et la Fédération des Vins de Bergerac et de Duras (FVBD) afin de mener une politique globale cohérente, au plus fort impact sur le territoire.

Certains chercheurs en sciences sociales ont d'ailleurs qualifié l'écosystème du terroir comme un « *panier de bien* », qui illustre « *les liens mis en évidence entre produits et services de qualité, environnement et territoires comme sources d'externalités positives valorisables dans une logique de développement territorial durable.* » (Hirczak et al, p.55, 2008).

2.3.2 - Le renouvellement des ressources territoriales par le développement durable

Si le vin a un impact sur la vie des vignerons, il a aussi de nombreuses conséquences sur l'environnement, notamment par le biais des pesticides et des herbicides, puis par la consommation excessive d'eau (Boulanger-Fassier, 2008).

En demandant à un vigneron interrogé si l'environnement est important aujourd'hui dans le domaine du vin, il répond : « *Évidemment ! C'est une priorité !* » (Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe A.2).

Ainsi la pollution de la nature, l'épuisement des sols et le bilan carbone en nette augmentation, principalement due à l'exportation commerciale du vin et une viticulture excessive, sont des constats qui reviennent sans cesse dans le discours ambiant.

D'ailleurs, les Appellations d'Origine ont mis longtemps à intégrer des normes environnementales, en refusant fréquemment des demandes d'interdiction de désherbage chimique et de traitements phytosanitaires, qui sont pourtant des principes qui séduisent de plus en plus les consommateurs actuels (Ansaloni et al, 2008).

Mais en 2021, le comité national des vins des AOP s'est de nouveau penché sur les enjeux d'adaptation du vignoble aux changements climatiques et sociétaux.

Pour permettre aux cahiers des charges AOP d'évoluer plus rapidement en termes de transition environnementale, des nouvelles mesures ont été validés, notamment sur l'interdiction du désherbage et d'insecticides³².

Leur transition face à la nécessité d'une transition agro-écologique reste tout de même relativement modeste, et peu contraignante au sein du cahier des charges.

Par conséquent, une nouvelle génération de viticulteurs privilégie de plus en plus des méthodes de production dans le respect de la nature et le soin de la vigne, selon des principes propres au développement durable. (Pierron, 2009)

On peut par exemple parler du label Haute Valeur Environnementale (HVE), des vins biodynamiques ou bien des vins naturels, qui prônent une intervention minimale du vigneron, de la vigne jusqu'à sa vinification.

En termes de vitiviniculture raisonnée et respectueuse de l'environnement, ce sont avant tout les vins d'Agriculture Biologique (AB) qui priment dans la tendance actuelle, dont le cahier des charges interdit les pesticides, les herbicides, les engrais chimiques ainsi que les OGM (Organisme Génétiquement Modifié).

A ce niveau-là, les vins de Bergerac sont en bonne position, selon un membre de l'interprofession qui, à propos de l'engagement environnemental des vignobles du Périgord, note que : « *On est à 30% de surfaces bio, et près de 40% sous label Haute Valeur Environnementale, qui est le premier pas vers le bio. L'objectif c'est 100% en 2024, ça fait vraiment partie de notre identité.* » (Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe C.2).

C'est aussi ce que rappelle une consommatrice : « *ça fait longtemps qu'on parle de vin bio à Bergerac.* » (Sujet S5, consommatrice, Bergerac, le 21-02-2022. Annexe D.2).

³² Abellan Alexandre, *Interdiction facilitée des herbicides et insecticides en vignoble AOC*, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hOUU>>. (Consulté le 13-01-2022).

CONCLUSION PARTIE 2

En recentrant notre question de départ portant sur le degré de participation d'un terroir vitivinicole sur la qualité d'un vin, il nous a été amené d'analyser et même de rencontrer les acteurs qui travaillent dans le secteur du vin de Bergerac, et qui sont en relation constante avec leur terroir.

Autant du point de vue des pratiques de viniviculture que de l'encadrement territorial et administratif, ces acteurs interagissent avec celui-ci et permettent d'éclairer le lien étroit qui existe entre qualité d'un vin et terroir.

Pourtant, nous avons aussi analysé que la qualité d'un vin reste une perception subjective, et qui plus est fluctuante selon les divers facteurs que l'on prend en compte.

Toutefois, en nous penchant sur la notion de valorisation, nous avons pu inscrire notre problématique à travers cette question, celle des processus de valorisation de la qualité que les acteurs du terroir vitivinicole de Bergerac mettent en place afin d'améliorer et de représenter au mieux leur vin.

Par la suite, trois hypothèses ont donc été formulées autour de trois valeurs distinctes que nous avons interrogé à travers le prisme du terroir du Périgord : la valeur marchande, plutôt liée à une stratégie de différenciation économique, la valeur culturelle, abordant la question du patrimoine et de l'identité, et enfin la valeur écologique, qui étudie la notion d'écosystème et de développement durable.

PARTIE 3 - MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE

INTRODUCTION PARTIE 3

Suite à l'explication de nos différentes hypothèses, nous allons dès à présent mettre en place une méthodologie probatoire afin d'affirmer ou d'infirmar celles-ci, en nous basant sur des méthodes sociologiques.

Tout d'abord, nous allons présenter succinctement dans un premier chapitre les méthodologies qualitatives et quantitatives que nous avons choisi afin de répondre à nos hypothèses, puis nous verrons comment nous les mettrons en place pour chacune de celle-ci dans un second chapitre.

CHAPITRE 1 - Les méthodologies quantitatives et qualitatives

On dénombre en sciences sociales deux méthodologies principales de terrain : les méthodes quantitatives et qualitatives³³.

Les méthodes quantitatives regroupent généralement deux façons de mobiliser des données : le questionnaire et le traitement de données.

Leur pertinence réside dans l'intérêt de pouvoir analyser un mouvement sur un grand nombre de cas, mais leurs limites s'illustrent par le fait qu'elles ne permettent pas aux individus interrogés de développer leur propos.

En ce qui concerne la méthodologie qualitative, le nombre de cas interrogés est plus restreint, mais les informations sont plus approfondies, notamment à travers des méthodes telles que l'observation, l'entretien, l'histoire de vie ou le focus group.

Dans une vision de complémentarité, nous allons combiner ces deux méthodes afin de répondre aux trois hypothèses, et pour chacune d'entre elles mettre en place à la fois une méthodologie qualitative et/ou quantitative avec rigueur, réflexivité et souplesse.

1.1 - La méthodologie quantitative

Tout d'abord, il est à rappeler que ces méthodes répondent à une logique de grand nombre où l'on ne retient qu'une série prédéfinie d'aspects de la réalité que l'on va étudier.

1.1.1 - Le questionnaire

L'élaboration d'un questionnaire d'enquête soumis à une population s'opère dans le but de traiter statistiquement les réponses³⁴.

Les questions présentent soit des réponses prédéfinies parmi lesquelles les répondants devront choisir pour les questions fermées, soit des réponses rédigées par l'individu interrogé pour les questions ouvertes.

³³ Rochedy Amandine, *UE 704 – Méthodologie de recherche : Approche qualitative*, 2021.

³⁴ Barrey Sandrine, *Initiation à l'enquête sociologique*, 2021.

Chaque question au sein d'un questionnaire est considérée pour l'analyse, mise en place après réception des réponses, comme une « *variable* », et chaque réponse possible comme une « *modalité* » de cette variable.

Un questionnaire peut être soumis soit en face-à-face, soit par voie postale ou mail.

Un questionnaire pour l'hypothèse 2 à propos de la valeur culturelle du terroir sera mis en place et soumis à environ une centaine de personnes représentant l'échantillon ciblé, en les envoyant par mail et en analysant par la suite leur réponse qu'ils nous aurons préalablement renvoyées.

L'intérêt du questionnaire est de mettre en lumière des régularités invisibles selon une grande masse de population.

Toutefois, certaines limites de l'analyse de ces potentielles régularités ou irrégularités étudiées chez les répondants sont observables, comme le fait qu'un questionnaire n'est pas toujours assez exhaustif, et qu'il est parfois compliqué à mettre en place d'un point de vue logistique.

1.1.2 - Le traitement de données existantes

L'analyse de données secondaires est une méthodologie intéressante dans le fait que, parfois, de nombreuses données quantifiées liées à un sujet d'étude (comme le vin par exemple) ont parfois été recueillies sans que l'on ait besoin de le faire nous-mêmes, et peuvent mettre en exergue des résultats d'analyses précises.

Ces données sont souvent produites au cours d'un projet de recherche par différentes instances, publiques ou privées³⁵, et peuvent prendre plusieurs formes : recensements, sondages etc...

C'est une méthodologie avantageuse dans le sens où elle est peu coûteuse, facilement accessible, et elle permet de croiser ensemble diverses données d'origine différente.

Mais elle possède aussi des limites : ces données sont parfois superficielles, et il arrive que leur processus de collecte soit peu documenté dès lors qu'on s'y intéresse.

Nous avons toutefois l'intention de mettre en place une analyse de données existantes dans le cadre de l'hypothèse 1, afin de comprendre pourquoi et comment le terroir vitivinicole est valorisé d'un point de vue marchand, en nous basant sur des sources de données économiques et institutionnelles provenant d'organisations vitivinicoles.

³⁵ Dionne Eric, *L'analyse de données secondaires dans le cadre d'évaluation de programme*, 2016. [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hOv7>>. (Consulté le 08-01-2022).

1.2 - La méthodologie qualitative

En premier lieu, il est à rappeler qu'à travers ces méthodes, le nombre d'enquêtés n'est pas un aspect essentiel contrairement aux méthodes quantitatives. L'objectif réside dans la compréhension approfondie des faits, selon une méthodologie adaptée au contexte de chaque terrain d'enquête.

1.2.1 - L'entretien

L'entretien sociologique consiste à rencontrer individuellement des individus en face-à-face pour les interroger de façon relativement libre et spontanée, autour d'un ensemble de thèmes que constitue l'objet d'étude du chercheur.

L'objectif est de recueillir les propos des enquêtés, souvent selon un minimum d'une heure d'entretien, tout en les enregistrant, autour d'aspects qui impactent leur existence, autant objectifs (une description de pratiques par exemple ou bien son récit de vie) que subjectifs (tels que les représentations sur une question précise).

Les grandes questions et thématiques de l'entretien sont réunies au sein d'une grille d'entretien, généralement selon une démarche adoptée dite semi-directive, c'est-à-dire un cadrage de questions de la part de l'enquêteur, mais tout en laissant une liberté d'expression à l'enquêté.

Par la suite, l'entretien enregistré est retranscrit de la manière la plus authentique et fidèle qui soit, il est à noter que c'est un exercice long et parfois pénible.

Les avantages de l'entretien semi-directif réside dans le fait qu'il permet de retracer le discours des personnes interrogées à propos de certaines représentations qu'ils se font d'une thématique précise, de leur point de vue personnel.

Nous proposons de mettre en place des entretiens semi-directifs afin de répondre aux hypothèses 1 et 2, portant sur la valorisation marchande et culturelle du terroir vitivinicole de Bergerac.

1.1.2 - Le focus group

Un focus group, ou groupe de discussion, est un protocole qui permet de recueillir l'opinion d'individus réunis dans un même endroit.³⁶

Il ressemble quelque peu à l'entretien semi-directif, mais à la différence de celui-ci, il n'y a pas seulement un acteur interrogé, mais plusieurs en même temps.

Il se caractérise comme une discussion collective entre des participants sélectionnés sur un thème précis, dont les questions générales sont organisées autour d'une grille d'entretien préalablement construite.

L'objectif est de faire parler les gens autour d'un projet afin d'en faire émerger la plus grande hétérogénéité possible de points de vue, d'observer le degré de consensus sur un sujet donné ainsi que de comprendre comment se fabriquent des représentations et autres prises de position dans leur récits de vie et expériences personnelles.

Si les échanges entre les personnes interrogées au cours du focus group peuvent être avantageux et enrichir le débat, certaines limites peuvent tout de même s'en dégager : la timidité ou la réticence de certains individus à s'exprimer, ou bien l'influence que certains propos d'une personne aura sur les autres sont des facteurs parfois contraignants pour le chercheur.

Des focus group seront mis en place dans le cadre de l'hypothèse 3 afin d'observer et de comprendre les représentations écologiques que se font les acteurs du terroir à propos de celui-ci, et comment ils tentent ou non de le valoriser à travers le prisme du développement durable.

³⁶ Tibère Laurence, *Cours de socio-anthropologie de l'alimentation*, 2021.

1.1.3 - L'observation ethnographique

L'observation ethnographique consiste à aller observer des acteurs et des activités sur place, dans les lieux et les moments réels de leur déroulement, de façon immersive et prolongée.

A travers son journal de terrain, le chercheur décrit ses observations et ses pistes d'analyse tout au long de cette expérience.

Nous voulons mettre en place une observation ethnographique de plusieurs semaines dans le cadre de l'hypothèse 3 sur la valorisation du terroir par la dimension écologique, selon une participation active, en intégrant une équipe de viticulteurs informés du contexte de ma présence.

L'avantage de l'observation ethnographique réside dans la possibilité d'observer des activités et des interactions dans leur contexte naturel de déroulement, et dans notre cas, de mieux appréhender comment des notions telles que le développement durable sont abordées par les acteurs de la production du terroir vitivinicole de Bergerac.

Toutefois, certaines limites peuvent être abordées à propos de l'observation ethnographique, par exemple la méfiance que peuvent avoir certains des interlocuteurs avec qui le chercheur s'immisce dans un terrain spécifique, quand il le fait de manière officielle et non officieuse.

CHAPITRE 2 - Les méthodologies quantitatives et qualitatives de la méthodologie probatoire

2.1 - Vérification de l'Hypothèse 1

Hypothèse 1 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur marchande ajoutée

Cette hypothèse cherche à démontrer que la valorisation des vins issus du terroir de Bergerac se traduit par une stratégie de différenciation économique mise en place par les acteurs, qui se basent sur la typicité gustative et qualitative de leurs vins spécifiques.

Ainsi, il pourrait être intéressant d'analyser cette valorisation marchande à travers des données secondaires déjà existantes et des entretiens semi-directifs auprès d'acteurs du terroir.

2.1.1 - L'analyse de données économiques de la valorisation marchande du terroir vitivinicole de Bergerac

L'objectif d'analyse de données existantes permettrait d'observer si réellement le vin du terroir de Bergerac, et notamment à travers les Appellations d'Origine et autres signes officiels de la qualité comme l'IGP, est vendu selon un système économique avantageux sous une marque commune.

Diverses institutions produisent chaque année des études publiques et quantifiées sur le vin de Bergerac.

Tout d'abord, l'INAO, qui s'occupe de l'administrations des signes officiels de la qualité, fournissent un grand nombre d'informations sur les quantités produites des vins de Bergerac³⁷.

Ensuite, la Direction régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt (DRAAF)

³⁷ INAO, *Fiche Produit Bergerac*, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.inao.gouv.fr/produit/5134>>. (Consulté le 12-02-2022).

de Nouvelle Aquitaine, publie annuellement un bilan de la situation de la filière vitivinicole de Dordogne.

Les données portent autant sur la production totale en valeur que sur le commerce et l'export, sur l'organisation et la coopération des acteurs ou bien le poids de la représentation du vin dans le département³⁸.

En plus de la DRAAF, l'interprofession de Bergerac, l'IVBD, publie aussi chaque année un rapport d'activité³⁹ à propos de l'économie du vignoble, de son fonctionnement, du bilan financier, de la stratégie commune et de la communication.

Certaines limites peuvent toutefois être prises en compte à propos de l'analyse de ces données : tout d'abord les signes officiels de la qualité, qui subissent certaines controverses abordées dans la Partie 1, ne représentent pas forcément le terroir vitivinicole de Bergerac.

De plus, ces données générales sur la filière du vin de Bergerac ne sont pas recueillies à travers le prisme du terroir, mais selon un point de vue général et non exhaustif.

2.1.2 - Les entretiens avec les acteurs du terroir vitivinicole de Bergerac à propos de sa valorisation marchande

En plus de l'analyse de données déjà existantes, l'apport d'entretiens semi-directifs avec des acteurs du terroir permettraient d'enquêter plus en profondeur sur la valorisation marchande des vins du terroir.

Un contact avec l'interprofession de Bergerac permettrait d'avoir les e-mails de la majorité des acteurs du terroir vitivinicole du Périgord qui représentent l'échantillon de la population étudiée : les 800 vignerons des 7 grands terroirs de Bergerac (principalement en Appellation d'Origine) et les 150 négociants avec qui ils sont en lien, les dizaines de cavistes de la région, ainsi que les membres de l'interprofession et des syndicats.

Cette manière d'appréhender les acteurs du terroir, en obtenant leur contact via l'interprofession, sera d'ailleurs réutilisé pour toutes les méthodes appliquées afin de

³⁸ DRAAF Nouvelle Aquitaine, *Filière de la viticulture de Dordogne*, 2021. [En ligne]. Disponible sur : <https://draaf.nouvelle-aquitaine.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/R7518A11_cle86f159.pdf>. (Consulté le 17-01-2022).

³⁹ IVBD, *Rapport d'activité 2020-2021*. [En ligne]. Disponible sur : <<https://actus.ivbdpro.fr/economie/rapport-dactivite-2020-2021/>>. (Consulté le 31-01-2022).

répondre aux trois hypothèses, autant quantitatives que qualitatives.

Un grand nombre d'adresses et de numéros de téléphones de divers producteurs, cavistes et restaurateurs sont d'ailleurs publiquement accessibles sur le site internet de l'IVBD ou à travers le Guide de la Route des Vins de Bergerac et Duras.

En ce qui concerne le lieu de déroulement de l'entretien (et des autres entretiens et focus groups liés aux autres hypothèses), un endroit neutre pourrait être privilégié pour mettre en place ces méthodologies récurrentes, par exemple une salle de classe d'un lycée agricole du département, comme le Lycée Agricole de la Brie à Monbazillac, qui lors de mon terrain exploratoire a accepté d'éventuellement me prêter une de leur salle dans le cadre de mon projet de mémoire.

L'objectif de ces entretiens semi-directifs, dans le cadre de l'hypothèse 1, serait d'interroger à chaque fois cinq individus issus d'une branche jouant un rôle dans le terroir vitivinicole de Bergerac : des viticulteurs, des négociants, des cavistes et des membres de l'interprofession et syndicats.

De plus, avant de réaliser tout entretien ou focus group, il est important d'utiliser une grille d'entretien seulement après l'avoir testé une première fois afin de vérifier sa véracité et s'entraîner au mieux à réaliser cet exercice.

Voici une grille d'entretien-type que l'on pourrait utiliser pour des entretiens avec des négociants :

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur la notion de terroir vitivinicole de Bergerac, et de sa valorisation marchande.

Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Introduction : Pouvez-vous me parler de votre histoire, de votre métier ?

Thème 1 : Le terroir vitivinicole de Bergerac

Question 1 : Pensez-vous qu'un vin typique issu du terroir de Bergerac est un atout économique ?

Relance 1 : Un vin de terroir est-il forcément un vin d'appellation d'origine ?

Relance 2 : Considérez-vous qu'un vin typique du terroir soit-il un vin de qualité ?

Thème 2 : Le commerce du vin de Bergerac

Question 2 : Considérez-vous qu'un vin issu du terroir de Bergerac, à travers l'AOC par exemple, est une marque à part entière ?

Relance 1 : A qui vendez-vous vos vins ?

Relance 2 : Quelles sont les gammes de prix de vos vins ?

Thème 3 : Le système de redistribution

Question 3 : Dans le vignoble de Bergerac, existe-il une forme de système qui permet de partager entre tous les acteurs du terroir la valeur ajoutée du vin ?

Relance 1 : Pensez-vous que les acteurs du vin de Bergerac partagent une stratégie commune ?

Relance 2 : Pensez-vous que les acteurs du vin de Bergerac soient justement rémunérés ?

Avez-vous quelque chose à ajouter ?

Accepteriez-vous que je vous recontacte si j'avais des questions complémentaires à vous poser ?

Accepteriez-vous que je vous recontacte si j'avais des questions complémentaires à vous poser ?

Remerciements

Suite aux nombreux entretiens réalisés, il faudra en premier lieu retranscrire chacun d'entre eux, puis analyser les réponses les plus pertinentes émises par les personnes interrogées afin de répondre au mieux à l'hypothèse 1.

2.2 - Vérification de l'Hypothèse 2

Hypothèse 2 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur culturelle régionale

Cette hypothèse cherche à démontrer que la valorisation des vins issus du terroir de Bergerac s'opère selon une valeur culturelle commune que partagent les acteurs du Périgord.

Il pourrait être intéressant d'aborder cette hypothèse sous l'angle de questionnaires et de focus group.

2.2.1 - Les questionnaires proposés aux acteurs du terroir vitivinicole de Bergerac à propos de sa valorisation culturelle

L'objectif de produire des questionnaires est explicatif, il s'agit de comprendre pourquoi la valeur culturelle est une notion importante pour les acteurs qui cherchent à valoriser leur vin de qualité issu du terroir vitivinicole de Bergerac.

L'idée est de mesurer l'influence d'une variable (la valeur culturelle rattachée au terroir, illustrée par les notions communes de patrimoine et d'identité) sur une autre (la valorisation de la qualité des vins issus du terroir).

Existe-t-il des manières différentes de valoriser le patrimoine du terroir vitivinicole de Bergerac ?

A quel degré influence-t-il la valorisation de la qualité finale du vin ?

Y a-t-il des variations de sentiments d'appartenance et d'identité à la culture régionale selon la typologie d'un viticulteur, son ancienneté sur le lieu de production ou la taille du domaine ?

De plus, élaborer un questionnaire-type proposé à plusieurs branches du vignoble permettrait d'avoir des parties distinctes qui nous en apprendraient sur la valorisation culturelle du terroir selon la production chez des viticulteurs ou bien la distribution chez des cavistes.

Voici par exemple un questionnaire-type interactif adressé à des vignerons qui pourraient le remplir depuis un site internet dont le lien serait envoyé par mail :

Madame, Monsieur,

Nous vous remercions d'avoir accepté de participer à l'étude « La valorisation culturelle du vignoble de Bergerac par les acteurs du vin du Périgord ».

Vous pouvez maintenant commencer à remplir le questionnaire.
Sentez-vous à l'aise de le faire à votre rythme, et si besoin, en plusieurs fois.
Précisons qu'il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses, c'est votre situation ou votre avis qui nous intéressent.

Nous vous rappelons que votre anonymat est strictement garanti et que chacun de nos collaborateurs est soumis au secret professionnel.

Encore merci de votre collaboration !

Q1. Vous êtes :

- ☐_a Un homme
- ☐_b Une femme
- ☐_c Autre

Q2. Quel âge avez-vous ? :

Q3. Depuis combien de temps produisez-vous du vin en Dordogne ? :

Q4. Combien de personnes travaillent-ils dans votre vignoble ? (une seule réponse possible) :

- ☐_a Entre 1 et 5
- ☐_b Entre 5 et 10
- ☐_c Plus de 10

Q5. Dans quelle partie du Périgord Pourpre travaillez-vous ? (plusieurs réponses possibles) :

- ☐_a Monbazillac
- ☐_b Pecharmant
- ☐_c Bergerac
- ☐_d Duras
- ☐_e Montravel
- ☐_f Saussignac
- ☐_g Rosette

Q6. Comment classeriez-vous votre sentiment d'appartenance à l'identité du Périgord ? (une seule réponse possible) :

- ☐_a Inexistant
- ☐_b Faible
- ☐_c Normal
- ☐_d Fort
- ☐_e Très fort

Q7. A travers quelles valeurs pensez-vous représentez l'identité du Périgord (deux réponses possibles) :

- ☐_a La gastronomie
- ☐_b L'histoire
- ☐_c La famille
- ☐_d Le vin que vous produisez

Q8. Qu'est-ce qui est le plus important quand vous produisez du vin ? (une seule réponse possible) :

- ☐_a Le revenu économique
- ☐_b La qualité de votre vin
- ☐_c L'appartenance à un terroir

Q9. A quel degré êtes-vous en lien avec d'autres acteurs du vin de Bergerac ? (une seule réponse possible) :

- ☐_a Jamais
- ☐_b Peu souvent
- ☐_c Souvent
- ☐_d Très souvent

Q10. A quel degré est-ce important selon vous le patrimoine du Périgord ? (une seule réponse possible) :

- ☐_a Pas important
- ☐_b Peu important
- ☐_c Important
- ☐_d Très important

Q11. Qu'est-ce qui définit le plus le patrimoine de Bergerac ? (une seule réponse possible) :

- ☐_a Les produits du terroir
- ☐_b L'histoire de la région
- ☐_c Les monuments historiques

Q12. Qu'est-ce qui définit le plus un vin de Bergerac ? (deux réponses possibles) :

- ☐_a Le sol
- ☐_b La typicité gustative
- ☐_c Les acteurs du vin
- ☐_d Des techniques vitivinicoles
- ☐_e Des appellations d'origine

Q13. Qu'est-ce qui met le mieux en valeur le patrimoine vitivinicole de Bergerac ? (une seule réponse possible) :

- ☐_a L'œnotourisme
- ☐_b Les vins eux-mêmes
- ☐_c L'interprofession de Bergerac

Merci d'avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire !

2.2.2 - Les entretiens semi-directifs proposés aux acteurs du terroir vitivinicole de Bergerac à propos de sa valorisation culturelle

En plus de questionnaires adressés à divers acteurs, il pourrait être intéressant de mettre en place des entretiens semi-directifs avec divers acteurs du secteur vitivinicole de Bergerac.

Voici une grille d'entretien-type que l'on pourrait utiliser avec des vignerons :

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur la notion de terroir vitivinicole de Bergerac, et de sa valorisation culturelle.

Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Introduction : Pouvez-vous me parler de votre histoire, de votre métier ?

Thème 1 : La valeur culturelle à travers le patrimoine du terroir

Question 1 : Qu'est-ce que selon vous le patrimoine du vin de Bergerac ?

Relance 1 : Pensez-vous le représenter au travers de certaines pratiques ?

Relance 2 : Quelle est l'importance du terroir dans le patrimoine vitivinicole de Bergerac ?

Thème 2 : La valeur culturelle à travers l'identité

Question 2 : Vous sentez-vous représentés par une identité commune propre aux acteurs du vin de Bergerac ?

Relance 1 : Etes-vous souvent en lien avec d'autres acteurs du vin de Bergerac ?

Thème 3 : Innovation et traditions

Question 3 : Que pensez-vous de l'innovation dans le monde du vin ?

Relance 1 : Vous êtes plutôt tradition ou innovation dans vos pratiques vitivinicoles ?

Avez-vous quelque chose à ajouter ?

Accepteriez-vous que je vous recontacte si j'avais des questions complémentaires à vous poser ?

Accepteriez-vous que je vous recontacte si j'avais des questions complémentaires à vous poser ?

Remerciements

2.3 - Vérification de l'Hypothèse 3

Hypothèse 3 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur écologique commune

Cette hypothèse entend démontrer l'idée que les acteurs du terroir travaillent leur vin dans un espace commun qu'ils partagent pour former un écosystème.

Ils valorisent la qualité de leur vin en mettant en avant une vision écologique du terroir, ainsi qu'en favorisant son développement durable.

L'objectif serait de mettre en place à la fois une observation ethnographique ainsi que des focus-groups.

2.3.1 - L'observation ethnographique

Dans un premier, nous avons jugé utile d'aller observer cette valorisation écologique du terroir vitivinicole de Bergerac en allant directement sur le terrain afin d'être témoin de situations, d'activités et d'interactions sociales.

Ces lieux d'activités qui nous intéressent peuvent être divers : il pourrait par exemple être intéressant de décrire, retranscrire, consigner et analyser des situations observées directement dans les vignobles. En passant du temps autour des vignes dans un domaine, en allant suivre les démarches de négoce, en observant la vente par un canal de distribution tel qu'un caviste, toutes ces actions permettraient de révéler s'il existe bien une forme d'écosystème du terroir vitivinicole de Bergerac, et si le principe de développement durable est réellement existant et appliqué.

Pour cela, il pourrait être pertinent de suivre le cheminement d'une bouteille : de

retracer sa production depuis la parcelle des vignes d'où elle est issue, et sa vinification en chai, puis son commerce, sa distribution voire même sa consommation. Le degré de participation serait relativement important pour une observation ethnographique, car l'objectif serait de se faire passer pour un jeune étudiant qui se réoriente dans le monde du vin, et qui veut en apprendre un peu plus sur tous les stades, aspects et lieux que peut suivre une bouteille de vin. L'observation serait donc participante, et menée selon une posture mi-découverte et mi-masquée.

Voici une grille d'observation-type que l'on pourrait utiliser en étant chez un vigneron :

Lieu : Vignoble de Bergerac (qui concerne la viticulture et/ou la viniculture)

Nom du lieu : XXX.

1) **Définir la situation à observer**

Enjeux : Le terroir de Bergerac peut-il être qualifié d'écosystème ?

Y'a-t-il des pratiques spécifiques mises en place, telles que l'agriculture biologique ?

Objectifs : relever les intentions, discours, expériences personnelles, expressions verbales, gestes etc...

2) **Inventaire des objets, instruments, outils nécessaires à l'action :**

Toujours s'interroger sur l'usage des différents dispositifs mis en place.

Noter les diverses consignes dictées par le représentant hiérarchique du vignoble.

Faire un plan complet du vignoble afin d'avoir une vision claire et précise d'un point de vue cartographique.

3) **Règles formelles définissant la présence dans ce lieu.**

Noter les heures d'ouverture, la typologie des travailleurs, des éventuels clients et/ou connaissances, les règlements affichés par la direction, les professionnels de l'extérieur etc...

4) **Qui fait quoi ?**

Qui sont les professionnels du lieu ?

Y'a-t-il une division sexuelle du travail ? Comment se compose la hiérarchie ?

5) Les utilisateurs du lieu :

Rester assez longtemps et à des horaires différents (exemple : un jour de semaine comme un dimanche) pour compter les personnes entrant et sortant afin de définir la variation des flux et établir un échantillon de moments et de personnes représentatif des flux habituels (il s'agira de préparer des tableaux en lignes et en colonnes pour effectuer des comptages).

Noter le sexe des personnes, leur âge apparent, leurs tenues vestimentaires, leur origine géographique, tout indice d'appartenance sociale, si elles sont seules ou accompagnées, leur discours, leur pratiques etc...

6) Les divers usages du lieu :

Définir les séquences composant l'action routinière de travailler dans un vignoble sur plusieurs semaines, selon le contexte de la saison, de l'identité de l'exploitation en elle-même.

7) Situer cet établissement dans son environnement :

Dans quel terroir se situe-t-il ? Quels sont ses voisins ? A-t-il une bonne réputation ?

Pour autant, cette observation ethnographique pourrait connaître des limites, car elle serait longue, et peut-être peu enrichissante du point de vue de son réel apport d'informations significatives par rapport à l'hypothèse que l'on cherche à démontrer.

2.3.2 - Les focus-groups proposés aux acteurs du terroir vitivinicole de Bergerac à propos de sa valorisation écologique

En plus d'une observation ethnographique, il pourrait être intéressant de mettre en place cinq focus group réunissant environ cinq représentants de diverses branches du secteur vitivinicole de Bergerac afin de les interroger en même temps, et de leur faire parler des valeurs écologiques communes liées au terroir qu'ils pourraient potentiellement défendre.

Voici une grille de focus group-type que l'on pourrait utiliser avec deux vignerons, un caviste, un négociant, un membre de l'interprofession et un syndicaliste réunis autour d'une même table :

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur la notion de terroir vitivinicole de Bergerac, et de sa valorisation écologique.

Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire ce focus group.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Introduction : Tout d'abord, j'aimerais que chacun se présente et parle de son histoire, de sa profession.

Thème 1 : Bien commun et terroir

Question 1 : Considérez-vous que le terroir soit un bien commun à tous ?

Relance 1 : Tout acteur du monde du vin peut s'approprier la notion de terroir ?

Relance 2 : Savez-vous ce qu'est un écosystème ?

Thème 2 : Les AOC et le bien commun

Question 2 : Les Appellations d'Origine sont-elles un système de bien commun ?

Relance 1 : Quelles sont les différences entre AOC et AB ?

Thème 3 : Terroir et développement durable

Question 3 : Quelle est réellement la place de la valeur écologique dans le terroir de Bergerac selon les acteurs ?

Relance 1 : Comment mettre en place à Bergerac un développement durable du terroir vitivinicole ?

Avez-vous quelque chose à ajouter ?

Accepteriez-vous que je vous recontacte si j'avais des questions complémentaires à vous poser ?

Accepteriez-vous que je vous recontacte si j'avais des questions complémentaires à vous poser ?

Remerciements

CONCLUSION PARTIE 3

Cette partie qui a cherché à démontrer nos trois hypothèses à propos de la valorisation de la qualité du vin par les acteurs issus du terroir vitivinicole du Périgord.

A travers une méthodologie probatoire constituée autant d'outils quantitatifs que qualitatifs, nous avons cherché à construire des potentiels guides et grilles de questionnaires, d'entretiens semi-directifs, d'analyse de données existantes, de focus-groups et d'observations ethnographiques.

Ce travail reste tout de même peu développé à ce stade de recherche, et limité voire parfois erroné dans le sens du questionnement, mais il peut constituer une base intéressante à appliquer durant un éventuel terrain.

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'utilisation du terme de terroir est un concept qui a fait l'objet d'une longue réflexion depuis ses premières traces dans des textes datant du Moyen-Âge. Autant dans le sens commun que dans le champ des sciences agronomiques et sociales, le terroir n'a pas toujours fait consensus, du point de sa définition officielle comme du côté de sa valorisation générale, dans le discours commun qu'a pu entretenir la société française à son égard.

Il a tout de même été mis en valeur selon une démarche politique et juridique de contrôle et de protection pour la première fois en France, et notamment à travers le secteur vitivinicole.

Vin et terroir semblent indissociables, et l'institutionnalisation qu'a connu le monde du vin durant le XXe siècle par les Appellations d'Origine illustre parfaitement à quel point les acteurs du terroir ont eu la volonté de défendre et représenter la qualité et la spécificité des vignobles français.

Si le débat autour du terroir est toujours actif à l'heure actuel sur de nombreux points, et que la manière de l'appréhender n'est pas consensuelle, il reste tout de même le fleuron d'un secteur gastronomique riche d'une histoire millénaire.

Ce n'est d'ailleurs pas anodin si notre question de départ mettait en parallèle terroir et qualité d'un vin.

En plus de la question du terroir, il a donc fallu rechercher et comprendre de quelle qualité nous parlions dès lors que l'on aborde le sujet du vin.

Plurielles et subjectives, les nombreuses qualités d'un vin dépendent de divers facteurs, et nous avons voulu en étudier trois d'entre eux de manière plus spécifique : la valeur marchande, la valeur culturelle ainsi que la valeur écologique.

En prenant comme étude de cas le terroir du Périgord pourpre, nous avons pu réellement comprendre les dynamiques à l'œuvre dans le vignoble bergeracois, quels sont ces acteurs qui chaque jour cherchent à mettre en avant le terroir de différentes manières, et participent à la création de processus de valorisation de la qualité de leur vin issus du terroir auquel ils appartiennent.

En mettant en place une méthodologie probatoire afin de répondre à nos hypothèses

lors de la poursuite de ce mémoire en deuxième année de Master, nous avons pu observer toutes les limites du travail réalisé.

Car si d'un côté nous venons de relever plusieurs apports de notre recherche, diverses interrogations et critiques peuvent être percées à jour.

Tout d'abord, trop de temps a été perdu avant d'arriver à centrer la question de départ puis la problématique, le monde du vin étant une sphère tellement riche d'informations, d'études et d'expériences diverses qu'il a parfois été difficile de cadrer notre travail.

Par ailleurs, le terrain exploratoire à Bergerac reste limité, ce lieu étant à plusieurs heures de trajet en voiture depuis Toulouse, ce sont avant tout des entretiens téléphoniques qui ont été réalisés, étant de nombreuses fois empêché de nous rendre directement là-bas, à des heures qui convenaient à tout le monde.

Enfin, le propos scientifique et le cheminement de la réflexion du mémoire semble parfois assez flou, mettant en avant toute une première partie d'état de littérature à propos du terroir, et n'abordant la question de la qualité et de la valorisation seulement dans la recherche et la construction de la problématique en Partie 2.

Au même titre, les hypothèses reprennent des idées quelque peu génériques, qui ont déjà été questionné car elles semblent aller de soi.

Cela pourrait tout de même être intéressant de poursuivre cette étude l'année prochaine, autour d'un stage qui rallierait toutes ces questions qui nous ont accompagné tout au long de la formation.

Car de nos jours, de nombreux enjeux entourent le terroir vitivinicole, notamment celui de la Mondialisation.

En analysant plusieurs études à ce propos, l'une d'entre elle tentait de caractériser le terroir comme un outil capable de réellement mettre en place une politique de développement durable, car il est un lieu propice pour mener des actions et autres projets de recherche, de formation ainsi que de développement.

BIBLIOGRAPHIE

Ansaloni Matthieu, Fouilleux Eve. Terroir et protection de l'environnement : un mariage indésirable ?. *Politiques et management public*, 2008, Vol. 26, no 4, p. 3-24.

Asselineau Alexandre, Albert-Cromarias Anne, Ditter Jean-Guillaume. L'écosystème local, ressource clé du développement d'une entreprise. *Entreprendre & Innover*, 2014, vol. 23, no 4, p. 59-70.

Barthes Roland. *Mythologies*. Paris : Seuil, 1957.

Berche Grégoire. *Le vin liquoreux, un produit de terroir en marge dans la hiérarchie vitivinicole française : étude comparée des petits vignobles de vins liquoreux de Bergerac, Jurançon, Jura et Corrèze*. Thèse de doctorat en Géographie humaine, économique et régionale, Paris : université Paris Nanterre, 2016.

Berche Grégoire. Le Bergeracois, la construction d'un territoire viticole à l'ombre de Bordeaux. *Territoires du vin*, 2012, vol. 4. [en ligne]. Disponible sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01640250/>. (Consulté le 02-02-2022).

Bessière Jacinthe. *Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural*. Éditions QUAE, 2012.

Boulanger-Fassier Sylvaine. La viticulture durable, une démarche en faveur de la pérennisation des territoires viticoles français ?. *Géocarrefour*, 2008, vol. 83, no 3, p. 181-190.

Bourdieu Pierre. *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Éd. de Minuit, 1979.

Bruegel Martin, Alessandro Stanziani. Pour une histoire de la sécurité alimentaire. *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 2004, vol. 51, no 3, p. 7-16.

Caribassa François. *Qu'est-ce que boire ? Critique de la dégustation des vins*. Menu Fretin, 2017.

Ceccaldi Françoise-Marie. Définir les signes de qualité. *Anthropology of food*, 2021, vol. 16. [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/aof.12345>. (Consulté le 02-02-2022).

Chiffolleau Yuna, Laporte Catherine. La formation des prix : le marché des vins de Bourgogne. *Revue française de sociologie*, 2004, vol. 45, no 4, p. 653-680.

Corbeau Jean-Pierre. Réflexions sociologiques « en vrac » sur le vin. *Anthropology of food*, 2004, vol. 3. [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/aof.243>. (Consulté le 02-02-2022).

Cuya Gavilano, Alvaro Andrés Cuya Gavilano. *Contribution à une détermination de la valeur perçue de l'offre biologique par la mesure du consentement à payer : une application au cas du vin*. Thèse de Gestion et management, Bordeaux : université de Bordeaux, 2018.

Delfosse Claire. La France et ses terroirs. Un siècle de débats sur les produits et leurs liens à l'espace, *Pour*, 2012, vol. 215, no. 3, p. 63-74.

Dion Roger. Histoire de la vigne et du vin en France, des origines au XIXème siècle. *Revue de géographie de Lyon*, 1960, vol. 35, no 3, p. 353-356.

Delfosse Claire. *La mode du terroir et les produits alimentaires*. Paris : Les Indes savantes, 2011, p. 41-55.

Dubuisson-Quellier, Sophie, Neuville Jean-Philippe. *Juger pour échanger : La construction sociale de l'accord sur la qualité dans une économie des jugements individuels*, Broché, 2003.

Fanet Jacques. *Les terroirs du vin*, Hachette, 2001.

Filhol Dominique, Chatelet Alain. *Historique des AOC et pratiques œnologiques*, Barrique, 2001.

Galet Pierre, *Dictionnaire encyclopédique des cépages et de leurs synonymes*, Libre & Solidaire, 2015.

Hinnewinkel Jean-Claude. Mondovino, *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 2005, vol. 23. [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/com.1165>. (Consulté le 02-02-2022).

Hirczak Maud, Moalla Mehdi et al. Le modèle du panier de biens, *Économie rurale*, 2008, vol. 308, p. 55-70.

Humbert Florian. *L'INAO, de ses origines à la fin des années 1960 : genèse et évolutions du système des vins d'AOC*, Thèse d'Histoire. Université de Bourgogne, 2011.

Jacquet Olivier. *Un siècle de construction du vignoble bourguignon : Les organisations vitivinicoles de 1884 aux AOC*, Sociétés, 2009.

Lachiver Marcel, *Vins, vignes et vigneron Histoire du vignoble français*, Paris : Fayard, 1988.

Legouy François, Dallot Sébastien. Les AOC en France des débuts à nos jours : la complexité d'une construction dans l'espace et dans le temps », *Mappemonde*, 2019, vol. 125.

Lenclud Gérard. La tradition n'est plus ce qu'elle était, *Terrain*, 1987, [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/terrain.3195>. (Consulté le 02-02-2022).

- Levi-Strauss Claude. *Les structures élémentaires de la parenté* [1947]. Flammarion, 2017.
- Mahdi Mohamed, Laurence Bérard et Philippe Marchenay, Les produits de terroir. Entre cultures et règlements. *Études rurales*, 2004, vol. 171, p. 292-295.
- Marcelin Florian, Bugni Valeria. Le tourisme œno-gastronomique. *Téoros*, 2016, [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/teoros/2964>. (Consulté le 02-02-2022).
- Muchnik José, de Sainte Marie Christine. *Le temps des Syal. Techniques, vivres et territoires*. Éditions Quæ, 2010.
- Nossiter Jonathan. Mondovino [DVD]. Diaphana Films, 2004, 135 min.
- Parker Thomas. *Le goût du terroir*, Presses universitaires de Rennes, 2017.
- Pierron Jean-Philippe. *Penser le développement durable*, Broché, 2009.
- Pouget Roger. *La crise du phylloxéra de la vigne en France*, Books on Demand, 2019.
- Poulain Jean-Pierre. *Sociologies de l'alimentation*, Presses Universitaires de France, 2013.
- Prévost Philippe, Capitaine Mathieu et al. Le terroir, un concept pour l'action dans le développement des territoires », *VertigO*, 2014, vol. 14.
- de Serres Olivier. *Théâtre d'agriculture et mesnage des champs* [1600]. Actes Sud, 2020.
- Rigaux Jacky. *La dégustation géo-sensorielle*. Terres en Vue, 2015.
- Souissi Mohamed. La mise en tourisme du patrimoine viticole : l'œnotourisme dans les vignobles du Cap Bon (Tunisie). *Mondes du Tourisme*, 2021, vol. 1919 | 2021, [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/tourisme.3575>. (Consulté le 02-02-2022).
- Téhoueyres Isabelle. Chez nous, on a toujours bien mangé. Terroir et patrimoine culinaire dans les régions de l'Aquitaine. *Terres et hommes du Sud*, 2005, Paris : Editions du CTHS, p. 207-222.
- Teil Geneviève. La production du jugement esthétique sur les vins par la critique vinicole. *Sociologie du travail*, 2011, vol. 43, no 1, p. 67-89.
- Tibère Laurence, Bessière Jacinthe, Innovation et patrimoine alimentaire en Midi-Pyrénées, *Anthropology of food*, 2011. [En ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/aof/6759>. (Consulté le 21-12-2021).
- Stengel Kilien, Yengue Jean-Louis. *Le terroir viticole, Espaces et figures de qualité*. Table des Hommes, 2020.

Torre André. Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. *Revue d'économie industrielle*, 2022, vol. 100, p. 39-62.

Wunenburger Jean-Jacques, Une poétique alchimique et cosmique : vigne, vin, alcool chez Gaston Bachelard, *Carnets*, 2021.

TABLE DES ANNEXES

1 - Terrain exploratoire et entretiens semi-directifs

A - Entretien semi-directif avec un vigneron

A.1 - Grille d'entretien-type

Guide d'entretien pour les vignerons	
L'histoire du domaine	
Racontez-moi un peu votre histoire avec ce domaine et ces vins	Depuis combien temps travaillez-vous dans le domaine du vin ? Comment et pourquoi vous êtes-vous engagé dans ce métier ? Quels types de vins produisez-vous ?
Les critères de choix	
Expliquez-moi pourquoi et comment faites-vous votre vin ?	Comment choisissez-vous les cépages que vous produisez ? Combien êtes-vous dans votre équipe ? Qui s'occupe de la vinification de votre vin ? Considérez-vous votre production comme artisanale ou industrielle ? Qu'est-ce qu'un bon vin, un vin de qualité selon vous ? Avez-vous des pratiques spécifiques de vitiviniculture ?
Le terroir du Périgord	
Est-ce que vous représentez le terroir de Bergerac ?	Comment définiriez-vous vous le terroir en général ? Et le terroir de Bergerac ? Y'a-t-il plusieurs terroirs à Bergerac ? Vous sentez-vous rattacher à ce terroir ? (avec des collègues du monde du vin, ou des acteurs du terroir) Pensez-vous mettre en valeur le terroir de Bergerac à travers votre vin ? Est-ce une valeur importante ? Quelle est votre position sur les Appellations d'Origines ? (AOP-AOC, IGP) Ou d'autres signes ? (AB) Avez-vous entendu parler de la controverse à propos de vins qui se déclassent des AO pour du vin sans IG ? Que pensez-vous de la patrimonialisation du vin ? (avec l'oenotourisme par exemple)
Le vin comme marchandise	
Quelle est votre relation avec les autres cateurs de la filière ?	Quel chemin de distribution suivent vos vin ? (caves, restaurants, GD) Arrivez-vous à vous en sortir au niveau économique ? Quel est votre lien avec l'Interprofession ? Etes-vous syndiqués ?
Les enjeux actuels	
Y'a-t-il des enjeux importants aujourd'hui ?	Considérez-vous que aujourd'hui l'environnement est un facteur influent dans le domaine du vin ? Avez-vous noté une évolution du goût des consommateurs ? Avez-vous quelque chose à rajouter ?

A.2 - Retranscription de l'Entretien n°1

Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022.

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur les notions de terroir et de qualité du vin. Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Alors, tout d'abord j'aimerais parler un peu de votre histoire.

Cela fait combien de temps que vous travaillez dans ce domaine ?

S1 : Euh... ça fait deux ans que j'ai repris l'entreprise.

E : Vous l'avez repris à quelqu'un de la famille ?

S1 : A mon père oui.

E : Et vous vous êtes engagé dans le métier pour suivre la voie familiale ?

S1 : Non pas spécialement, c'est surtout que ça m'intéresse. Après j'ai grandi dedans donc j'ai repris le projet familial.

E : Et quels types de vin produisez-vous ?

S1 : On produit que des vins rouges, on a une appellation qui s'appelle Pécharmant.

E : D'accord, et comment choisissez-vous les cépages que vous produisez ?

S1 : Alors, les cépages sont soumis par l'appellation, il n'y en a que quatre autorisés : cabernet sauvignon, merlot, cabernet franc et malbec, et parmi ces quatre cépages, on a les quatre au domaine, mais on tend à développer le cabernet franc et le malbec.

E : Et combien vous êtes dans votre équipe ?

S1 : On est euh... cinq, c'est considéré comme une production de taille moyenne.

E : Donc plutôt artisanale qu'industrielle ?

S1 : Ah oui ! Complètement !

E : D'accord très bien. Moi je travaille sur le vin à travers la notion de qualité, c'est quoi selon vous un vin de qualité ?

S1 : C'est le travail du terroir, c'est le travail de la vigne, c'est prendre le temps pour les vinifications, c'est prendre le temps pour vendre ses vins.

C'est-à-dire que un vin de qualité, c'est euh... aujourd'hui on vend des vins qui sont beaucoup trop jeunes, parce qu'il y a les aléas climatiques qui font que notre temps se réduit.

Et un vin de qualité c'est un vin qu'on prend le temps de vendre, par exemple nous on vend des 2016, des 2017, c'est des millésimes qui sont bons à boire.

Alors que les 2019-2020, c'est des vins élevés en barriques évidemment, et qui ne sont pas encore assez fins.

Donc pour moi la qualité c'est une notion de temps.

E : D'accord. Et est-ce que vous avez des procédés de fabrications ou des techniques spécifiques à Bergerac ?

S1 : En fonction des cépages que vous travaillez, vous le faites pas de la même manière, en fonction de chaque région et de chaque cépage vous avez des procédés différents.

E : Et vu que, comme vous avez dit tout à l'heure, Bergerac impose ses propres cépages, c'est ça qui peut faire la différence ?

S1 : Oui, et le climat ! Par exemple, en Champagne, vous avez du chardonnay et du pinot et le but ce n'est pas de le récolter à maturité en fait.

Pour faire du champagne, il faut un degré alcoolique à bon niveau et pas d'avoir une maturité, donc ça dépend du produit final que vous voulez, et de l'histoire de votre région.

Toutes les régions ont leur spécificité.

E : Et quelle spécificité pourrait caractériser Bergerac ?

S1 : Déjà c'est son terroir, qui est encore agricole et rural, c'est-à-dire que c'est mélangé avec des domaines forestiers et agricoles.

Et après la force de production c'est d'avoir une variété de couleur : on fait des rouges, des blancs des rosés, des moelleux de Monbazillac par exemple.

E : Mais vous, vous ne faites que des vins rouges ?

S1 : Oui seulement, qu'une appellation de vins rouges.

E : Et alors ce terroir dont vous parliez à l'instant, vous le définiriez comment ?

C'est quoi pour vous un terroir ?

S1 : Euh... Un terroir c'est le sol que connaît son vigneron. Chaque vigneron a un terroir, les gens qui parlent de terroir mais qui ne sont jamais dans les vignes, ils ne

connaissent pas le terroir. C'est le feeling entre le vigneron et sa terre.

E : Et le terroir de Bergerac alors, c'est quoi selon vous ?

S1 : Alors il est très très varié, c'est du calcaire, de l'argile, du silex, une grande variété.

E : Donc le terroir pour vous, c'est majoritairement le sol ?

S1 : Ah oui, le terroir c'est le sol oui !

E : Et il y a plusieurs terroirs à Bergerac ?

S1 : Ah oui ! Il n'y a pas un grand terroir, il y a pleins de petits terroirs. C'est un peu la force de Bergerac d'ailleurs.

E : Et vous avez des relations avec les autres acteurs du terroir du vin ?

S1 : Euh... Oui, oui, on se côtoie entre vignerons. Il y a un échange, on échange sur les manières de cultiver, sur le travail du sol etc...

E : Et vous considérez le mettre en valeur, à travers votre vin, le terroir de Bergerac ?

S1 : Ah oui, oui !

E : Vous me disiez tout à l'heure que vous êtes en AOP, quelle est votre position sur ces signes de qualité ?

S1 : Et bin ça permet d'avoir une manière de travailler sur un secteur donné, par exemple Pécharmant c'est uniquement 400 hectare et 40 vignerons, c'est vraiment un lieu défini et ça permet d'être peu nombreux sur un même terroir. Et ça permet aussi d'avoir une identité commune.

E : Et ça influence au niveau économique ?

S1 : Ah oui, évidemment ! C'est un atout économique ! L'appellation Pécharmant est réputée, donc ça permet d'avoir de la demande, autant de demande que d'offre.

E : Et en parler d'Appellation d'Origine, vous avez entendu parlé de la controverse autour de certains vins qui s'en déclassent ?

S1 : Oui oui, bien sûr. De toute façon il faut des deux, y'a pas de honte à se déclasser. Après chaque vigneron a son marché, sa manière de voir les choses. Y'aura toujours des deux.

Ce qu'on appelait les vins de table autrefois, aujourd'hui vins de France.

E : Et qu'est-ce que vous pensez de mettre en avant le patrimoine du vin de Bergerac ?

S1 : Et bin, tout simplement, ce qui nous fait vendre du vin, c'est notre patrimoine avant tout.

Le Périgord, c'est la première région... (Bruits très forts d'un bébé qui pleure)...

C'est la première région touristique de France, hormis les littoraux, et les gens viennent dans le Périgord pour la gastronomie, pour les vins et pour le patrimoine.

Donc le vin c'est du patrimoine, évidemment. Pour nous, les vignerons, on le voit comme ça. Les gros négoces, c'est pas leur but quand ils cherchent à vendre à l'étranger.

Nous le patrimoine c'est important, c'est notre manière de vendre nos vins.

E : Et quels chemins de distribution suivent vos vins ?

S1 : Que du local ! 60% sont vendus dans le Périgord, et 100% en France. Principalement à travers les restaurants, les caves et les particuliers.

E : Pas de Grande Distribution ?

S1 : Aucune non !

E : Et en tant que membre de l'Appellation d'Origine, vous avez un lien avec l'interprofession ?

S1 : Oui oui ! Tout à fait. Je fais partie du bureau de gestion de l'interprofession. On cherche à trouver des axes de développement pour la viticulture régionale et mettre en place des outils face au négoce.

Moi ça ne me concerne pas car j'ai mon propre réseau de distribution, mais on fait plutôt ça pour la région dans son ensemble.

E : Une dernière question : est-ce que aujourd'hui la notion d'environnement c'est quelque chose d'important dans le domaine du vin ?

S1 : Évidemment ! C'est une priorité ! Aujourd'hui on pense que les agriculteurs et les vignerons sont des pollueurs, donc on se doit d'avoir une bonne image. Alors que l'on n'est pas si pollueurs, c'est juste que l'on s'intéresse pas à ce qu'on fait.

On veut consommer nos produits et ne même temps on a des idées reçues alors que le consommateur n'est jamais allé dans les vignes et n'est jamais allé voir ce qu'il se passait.

E : Vous pensez que les consommateurs ne savent pas de quoi ils parlent quand ils critiquent ?

S1 : Ah oui ! Ils ne savent pas du tout de quoi ils parlent ! Ils veulent qu'on les nourrisse, mais ils veulent pas savoir comment ça se passe. Ça concerne le monde agricole en général !

Nous la force du vin c'est qu'on a un produit fini, et oui l'environnement c'est hyper important.

Après être en bio par exemple, c'est pas qu'un atout, ça peut être un poids aussi

Sujet S1, vigneron, Bergerac, le 21-02-2022.

E : D'accord très bien. Et bien écoutez je vous remercie pour m'avoir accordé un peu de votre temps.

S1 : Avec plaisir, et bon courage dans vos recherches ! »

A.3 - Retranscription de l'Entretien n°2

Sujet S2, vigneronne, Bergerac, le 21-02-2022.

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur les notions de terroir et de qualité du vin. Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Alors, tout d'abord j'aimerais parler un peu de votre histoire.

Cela fait combien de temps que vous travaillez dans ce domaine ?

S2 : Cela fait 23 ans.

E : Et comment vous vous êtes engagé dans ce métier de vigneronne ?

S2 : C'est une reconversion en fait. Euh... J'ai divorcé et j'ai changé de vie. (rires)

E : Et vous produisez quels types de vin ?

S2 : Bergerac et Monbazillac.

E : Et comment vous choisissez les cépages que vous produisez ?

S2 : Je cherche un équilibre, et des cépages aromatiques. Euh... Oui voilà, un équilibre, pour des rouges un vin de garde, et pour les Monbazillac des cépages qui peuvent donner des fruits, quelque chose de sympa quoi.

E : Vous êtes nombreux dans votre équipe ?

S2 : Je suis seule, avec un ouvrier. On est deux, donc on est une petite production artisanale.

E : Comment vous définiriez un bon vin ? Un vin de qualité ?

S2 : Un bon vin ? Pour moi, c'est déjà un vin qui n'a pas de défauts. Ensuite, c'est un « vin plaisir », après bon c'est très subjectif, ça dépend des goûts, c'est pas si évident (rires). Un bon vin ne le sera pas forcément pour une autre personne. Mais je dirai ni trop d'acidité, ni pas assez de ceci etc... Un vin équilibré en fait !

E : Est-ce que vous avez des pratiques spécifiques de vitiviniculture ?

S2 : Je suis en bio, en conversion bio. Mais sinon après non, je n'ai pas de choses spéciales, après c'est difficile à dire, moi je fais comme ça donc pour moi c'est naturel. Mais je ne suis pas quelqu'un qui va innover dans des cuves en amphores ou des trucs comme ça. Je reste traditionnellement en cuve inox ou en barriques.

E : Et le terroir alors, vous le définiriez comment ?

S2 : La notion de terroir, c'est la localisation du lieu, de la parcelle, qui fait soit le sol ou le sous-sol. Il y a aussi l'altitude, si on est plus ou moins haut il y a plus ou moins de vent. L'exposition au soleil aussi, c'est un peu tout ça quoi.

E : Et le terroir de Bergerac ?

S2 : Il y a une étude qui a été faite, donc il y a beaucoup de euh... de zones différentes en fait ! Moi sur ma parcelle c'est plutôt de l'argile limoneuse avec un peu d'eau en sous-sol, mais y'a pas de ruisseaux. Donc y'a des zones je sais que ça ne va jamais craindre la sécheresse. Donc c'est vrai que c'est important cette notion de terroir pour savoir qu'est-ce qu'on peut y planter dans notre sol et qu'est-ce qui va s'épanouir, comme cépage à planter en fait.

E : D'accord très bien. Et vous vous sentez rattaché à ce terroir alors ?

S2 : Ah oui, tout à fait ! Moi je suis en hauteur, mais les gens de la plaine, ils font pas pareil ! Ce qui fait que à un kilomètre, on a pas du tout les mêmes vins ! Moi je suis attaché à l'aire géographique comme appellation plus vaste, comme l'aire Bergerac ou Monbazillac, voilà !

E : Et quelle est votre position sur ces appellations ?

S2 : Ah moi je pense qu'il faut défendre ça, oui !

E : Vous avez déjà entendu des controverses à propos des appellations ?

S2 : Oui, oui j'ai déjà entendu !
En général, les appellations sont plus valorisées, mais parfois ils arrivent à mieux

vendre le vin sous appellation IGP Périgord par exemple que sous AOC Bergerac. Moi je n'ai pas fait le pas vers l'IGP car je suis une petite production mais pourquoi pas, mais je ne le ferai pas vers des Vins de France.

Le Périgord a une bonne renommée à travers la France, le mot est plus porteur que Bergerac. Même s'il y a Bordeaux à côté.

Quand je me suis installé et je pense que c'est toujours comme ça maintenant, on m'a toujours dit que c'était le petit frère de Bordeaux.

On nous a toujours comparé à Bordeaux, donc si Bordeaux va bien, Bergerac va bien, mais si Bordeaux va mal, Bergerac va encore plus mal !

E : La patrimonialisation du vin, ça vous évoque quoi ?

S2 : Je pense au tourisme surtout, à l'œnotourisme. C'est un canal euh... un canal comme un autre, une demande, une façon de vendre comme une autre, mais ça prend du temps aussi.

E : Et quel chemin de distribution suivent vos vins ?

S2 : Surtout l'œnotourisme. Un peu de vente directe. Un petit peu en cave, restauration et Grande Distribution, mais j'ai pas trop développé ce marché-là.

Après je vends quand même une partie de ma production à la cave de Monbazillac, eux s'occupent de cette partie-là. Comme je n'arrive pas à vendre tout par moi-même, la cave de Monbazillac me décharge de cette partie commercialisation.

E : Et au niveau économique, vous vous en sortez ? Je sais que ça peut être indiscret comme question...

S2 : Et bien, j'arrive à me payer moi, et un ouvrier.

E : Et vous êtes en lien avec l'interprofession de Bergerac ?

S2 : Oui, je suis adhérente ou je sais pas comment on dit, en tant qu'AOC oui. On est syndiqué d'office en fait, on a une cotisation professionnelle obligatoire donc voilà, c'est comme ça que je l'entends.

E : Et dernière question, est-ce que vous considérez la notion environnementale comme un facteur important dans le monde du vin ?

S2 : Ah oui, oui, oui ! Les produits phytosanitaires y'en a partout maintenant, d'ailleurs moi je suis en conversion vers le biologique donc voilà...

E : D'accord très bien. Et bien écoutez je vous remercie pour m'avoir accordé un peu de votre temps.

S2 : Pas de soucis ! »

B - Entretien semi-directif avec un caviste

B.1 - Grille d'entretien-type

Guide d'entretien pour les cavistes du Périgord	
L'histoire de la cave	
Racontez-moi un peu votre histoire avec cette cave et ces vins	Depuis combien de temps travaillez-vous dans cette cave? Comment et pourquoi vous êtes-vous engagé dans ce métier? Quels types de vins vendez-vous ? (locaux, français, étrangers)
Les critères de choix	
Expliquez-moi pourquoi et comment faites-vous vos choix de vin ?	Comment choisissez-vous les vins que vous vendez ? Comment découvrez-vous de nouveaux vins à proposer à vos clients ? (foire, marché...) Comment pouvez-vous vous assurer du travail des viticulteurs ? Qu'est-ce qu'un bon vin, un vin de qualité selon vous ? Quelle est votre position sur les signes officiels de la qualité (AOC-AOC, IGP, AB) ? Avez-vous entendu parler de la controverse à propos de vins qui se déclassent des AO pour du vin sans IG ?
Le terroir de Bergerac	
Est-ce que vous représentez le terroir de Bergerac ?	Comment définiriez-vous vous le terroir en général ? Et le terroir de Bergerac ? Y'a-t-il plusieurs terroirs à Bergerac ? Vous sentez-vous rattacher à ce terroir ? (avec des collègues du monde du vin, ou des acteurs du terroir par exemples) Pensez-vous mettre en valeur le terroir de Bergerac à travers vos vin ? Est-ce une valeur importante ? Que pensez-vous de la patrimonialisation du vin ? (avec l'oenotourisme par exemple)
Le goût des consommateurs	
Expliquez moi ce que recherche le consommateur en venant ici	Le consommateur a-t-il une idée précise de ce qu'il veut ? Le consommateur connaît-il les différentes labélisations ? Avez-vous noté une évolution du goût des consommateurs ? Pourquoi selon vous viennent-ils ici plutôt qu'ailleurs ? (comme en Grande Distribution)

B.2 - Retranscription de l'Entretien n°1

Sujet S3, caviste, Bergerac, le 21-02-2022.

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur les notions de terroir et de qualité du vin. Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Alors, tout d'abord j'aimerais parler un peu de votre histoire et de votre profession. Cela fait combien de temps que vous travaillez dans cette cave ?

S3 : J'ai ouvert le 11 juin 2021, y'a bientôt un an. Et ça fait 28 ans que je suis dans le métier.

E : Vous avez toujours été caviste ?

S3 : Non, j'ai été ouvrier, paysan, maître de chai. Et j'ai prof de viticulture et d'œnologie.

J'ai été dans la Loire et dans le Lot-et-Garonne.

E : D'accord, donc vous ne venez pas de Bergerac à la base ?

S3 : Pas du tout, je suis de Gironde, des Landes, vers Mérignac.

E : Et quels types de vins vous vendez dans cette cave ?

S3 : Alors je vends les vins de mes petits, de mes anciens élèves et aussi de mes potes. Uniquement en culture biologique, biodynamique et nature.

E : Donc pas spécialement des vins de Bergerac ?

S3 : Ah non, de absolument partout en France.

E : Et comment vous choisissez les vins que vous vendez ?

S3 : Je déguste énormément, je suis fou de vin depuis tout petit. Je vais dans de nombreux salons, en fait je suis caviste associatif, j'avais créé une asso depuis 20 ans. J'étais caviste à titre bénévole, pour faire partager les copains. Maintenant, c'est pour en vivre. C'est un réseau de copains et de salons de vin biodynamie et nature.

E : Et comment vous vous assurez du bon travail des vignerons et des vins que vous vendez ?

S3 : Je suis allé partout, je connais parfaitement les canons que je vends, je connais le vin et les gens qui le font. Je dois avoir 600 étiquettes, d'une centaine de vignerons. Alors je suis pas allé chez les 100, y'en 4 ou 5 surtout les champenois que je ne connais pas trop, j'y suis allé qu'une fois. C'est des copains de copains qui m'ont dit c'est top, donc je suis sûr d'eux.

E : Et pour vous, c'est quoi un bon vin ? Un vin de qualité ?

S3 : Waouh ! Un vin de qualité c'est euh... c'est difficile comme question, c'est très subjectif. Pour faire du vin, il faut absolument que le vin soit vivant, il ne faut pas toucher au sol, surtout pas désherber évidemment, éviter même de travailler le sol, qu'il contienne un minimum d'argile pour qu'il ait un complexe argilo-humique. Il est impératif que le sol fonctionne bien, l'humus c'est très important, la matière organique, tout ce qui est bactéries, champignons et les lombrics et toute la faune du sol. Il faut qu'on mette jamais le moindre produit dessus, qu'on ne travaille pas le sol à plus de 5 centimètres, c'est-à-dire la zone aérobie, celle qui a besoin d'oxygène. A plus de 5-8 centimètre, la zone anaérobie, les bactéries sont détruites par l'oxygène, donc il ne

faut surtout pas retourner la terre sinon on tue tout le monde.

Et c'est ça que les vieux avaient classé, on faisait du vin partout avant, mais ce qu'on considérait comme un vin de qualité, c'est-à-dire les appellations d'origines dans les années 30, c'était là où il y avait tous ces paramètres, et le sol fonctionnait.

Et c'est comme ça qu'on est capable de reconnaître un bon vin.

Nous par exemple entre copains, on ne goûte qu'avec une chaussette, sinon on sait très bien qu'on goûte l'étiquette, c'est pas tant pour le trouver, c'est pour voir comment c'est.

Et avec des produits chimiques, impossible de trouver quoi que ce soit.

Un vin pour qu'il soit correct, il ne faut aucun produit chimique de synthèse et que le sol soit enherbé le plus possible et qu'il n'y ait que du raisin. A la limite du soufre, mais le moins possible.

E : Vous parliez des Appellations d'Origine, les signes officiels de la qualité, c'est quoi votre position par rapport à ça ?

S3 : Bin c'est complètement foutu ! Ça n'a plus aucun sens, moi je parle de 1935, quand les vieux classaient, y'avait pas de produits chimiques.
(Bruits d'un client qui vient acheter du cidre, rires)

E : Donc les controverses qui existent à propos des AOC vous les connaissez ?

S3 : Oui c'est clair ! C'est une catastrophe, moi j'ai participé à des jurys d'agrément, et en fait les gens qui sont là sont d'une incompétence totale ! Ils sont là parce qu'il faut être là, ils ont du temps à perdre je suppose. C'est consternant, le niveau moyen des dégustateurs et d'une faiblesse abyssale. Ils essaient de reconnaître un peu le leur, pour se filer des médailles. Sur un des derniers où j'ai été, y'avait une grille avec X défauts, et si on avait un défaut ou deux, le vin ne pouvait pas avoir l'appellation, l'appellation Côte de Duras en l'occurrence.

C'était tellement consternant que mon pote a dit « je vais aller chercher un verre d'eau alors, et on va l'agréer, et comme ça il aura aucun défaut ».

On va refuser certains canons parce qu'on trouve que ça machin, et si c'est ça l'appellation, j'ai rien à faire là si c'est ça les critères.

Aujourd'hui, on a que des vins morts qui sont agréés, et mes potes, quand ils font des vins vivants, ils sont systématiquement refusés.

Et les appellations aujourd'hui ça n'a plus aucun sens !

Et même à Bergerac par exemple, qui font énormément d'appellations !

E : Et comment vous définiriez-vous le terroir ?

S3 : Alors le terroir c'est une adéquation complexe entre la composition du sol, en argile, limon, sable et graves, euh... son orientation aussi, sud, ouest, nord, enfin nord y'en très peu à part Monbazillac.

C'est donc le climat, la quantité d'eau, l'altitude.

Et l'ancestralité de production de vin sur le lieu, donc la main d'Homo Sapiens, de l'homme ou de la femme qui le magnifie parce qu'en fait y'a une antériorité telle qu'on

sait exactement qu'on a une façon de faire qui n'est pas la même partout.
Donc voilà c'est une adéquation complexe entre tous ces paramètres je pense.

E : Et le terroir de Bergerac, il a quoi de spécifique ?

S3 : Déjà il est très varié, on a une richesse énorme. Le terroir de Bergerac est tellement vaste, à Prigonrieux par exemple y'a un plateau sableux, si on descend ça va être des argilo-calcaire sur le terroir de Monbazillac.
Donc une grande diversité, l'appellation Bergerac.
On est sur des vins plutôt structurés, avec une capacité de vieillissement, et notre cuisine riche du Sud-Ouest s'accorde bien avec ces vins.

E : Donc il y a plusieurs terroirs dans le Périgord Pourpre ?

S3 : Exactement, le terroir de Rosette par exemple, avec pas beaucoup de vigneron, c'est du blanc qu'on fait avec un tout petit peu de sucre résiduel. Alors que l'identité du Sud-Ouest c'est plutôt du rouge.
Mais oui on a de belles appellations avec Rosette, Saussignac, Pécharmant avec du rouge, Montravel etc...
L'appellation Bergerac recouvre le Périgord Pourpre, mais on a aussi des appellations communales.
Dans le Sud-Ouest, on a des grandes appellations, avec des grosses diversités.
Et on a une identité de la façon qu'on a de faire du vin.

E : Et vous pensez le mettre en valeur le terroir vitivinicole à travers votre cave ?

S3 : Ah je sais pas ! J'espère en tout cas ! J'y suis vachement attaché au terroir, enfin tu dois l'entendre de toute façon à travers ce que je dis. C'est une des trucs qu'on a de plus beau, c'est extraordinaire, c'est le seul produit alimentaire, où tu nous fais goûter à nous, les pros, les dégustateurs, les curieux : et les plus forts d'entre nous ils reconnaissent le terroir. C'est phénoménal ! Le terroir oui, bien sûr, j'y suis attaché de façon viscérale, fort fort fort !

E : Et vous pensez quoi de la patrimonialisation du vin ?

S3 : Ah bin c'est chouette ! Si on peut le mettre en avant le patrimoine c'est bien, moi je le place euh... au niveau enfantin, mais pour moi c'est de l'art, moi faire des canons, se démerer, tous mes potes vigneron et vigneronnes, d'ailleurs ils s'y filent à la tâche, tous les ans c'est pas le même, comparé à tous les pinpins à la con qui font du vin avec du chiffre, bin nous on fait du vin avec un verre, ça fait rêver, y'a une connotation philosophique, poétique, c'est beau quoi, tu peux en parler des heures.

E : Pour en revenir à vos client consommateurs, est-ce qu'ils ont une idée précise de ce qu'ils veulent quand ils viennent chez vous ?

S3 : Non non, moi ils viennent pour le conseil, des fois par hasard mais souvent ils ne savent pas

E : Et pourquoi chez vous et pas ailleurs ?

S3 : Bin parce que moi j'ai du vin ! La Grande Distribution ils ont pas du vin, ils ont des prix, et beaucoup de vigneron ou cavistes, ils vendent du vin, mais ils savent pas pourquoi, ils pourraient vendre des boulons ça serait pareil ! Tu leur dis « il est bon ce vin ? » ils répondent « pff je sais pas, j'ai pas goûté », « t'as un canon que t'as pas goûté ?! », mais y'a pas un canon que j'ai pas goûté !

E : Vous en connaissez vous des producteurs qui vendent en Grande Distribution ?

S3 : Ah bin bien sûr mais plein !

E : Vous en avez des vins vous dans votre cave qui se vendent aussi en Grande Distrib ?

S3 : (rires) Haha, non, non... Enfin si, quand les voyous de la Grande Distribution ils vont dans les fêtes, ils vont chez les collègues, et je pourrais me faire niquer moi, en fait ils vont chez les cavistes qui ont de super canons, ils en demandent à titre perso sans rien dire, le responsable du magasin, ils arrivent et ils disent « je pourrais en avoir 60 ? », et toi t'es là « ouahh ».

Moi déjà c'est rare que j'en ai 60, en grande quantité, j'en vends pas des folies des vins.

Depuis le 11 juin où je suis ouvert j'ai du vendre 5 cartons entiers du même vin quoi. Donc ils prennent le vin et ils affichent « super anniversaire machin bidule, on a ça ça ça ».

Mais au fond ça nous sert, parce que dans la masse de gens qui vont au supermarché, qui est une honte alimentaire, moi je suis paysan, la Grande Distribution ils sont là pour te saigner, et tiens c'est l'anniversaire, on t'en prend une palette sinon on t'en prendra plus.

Et du jour au lendemain, le mec il te prenait 15 palette, ils t'en prennent zéro.

J'ai pas envie d'être en Grande Distrib et j'aime pas du tout le vin qui vient de là-bas.

C'est des gens qui produisent avec des grosses machines, qui en ont rien à foutre, ils font du vin de Grande Distribution et en Grande Distribution.

E : Et vous avez remarqué une évolution du goût des consommateurs ?

S3 : Non pas tellement, ceux qui n'ont pas de goût vont toujours au supermarché, ceux qui veulent le prix ou l'étiquette.

Le gros problème du vin, c'est un milieu où ça se la raconte sévère, et y'a plein de gens qui y pompent rien, ils boivent l'étiquette du vin.

Du « Pessac Léognan », les gens ils veulent que du « Pessac Léognan ».

Je leur dis « mais quelle caractéristique recherches-tu ? », parce que diable je vais peut-être en avoir mais bon...

Après moi aussi je bois l'étiquette, avant de goûter je regarde pour voir si ça correspond à l'idée de ce que je m'en faisais, même si j'essaye de faire abstraction ! Impossible ! Si c'est un super pote, et que le vin il est pas si bon, je bois un peu mon

pote quoi...

Le supermarché c'est pour ceux qui boivent des étiquettes ou qui ont pas beaucoup d'argent, mais c'est du poison, y'a des études qui ont été faites là-dessus.

Nous on est des paysans dans le métier, eux ils disent agriculteurs, nous on a une ferme, eux ils ont une exploitation agricole, et nous on mange ce qu'on produit, et on le donne à nos enfants, et eux ils le font pas !

E : D'accord très bien. Et bien écoutez je vous remercie pour m'avoir accordé un peu de votre temps, on a passé un bon moment !

S3 : Bin oui, avec plaisir, hésite pas à me rappeler si t'as besoin de conseil, et à m'envoyer ton devoir, ça a l'air intéressant, aller à la prochaine.

E : A la prochaine oui ! »

C - Entretien semi-directif avec un membre de l'interprofession

C.1 - Grille d'entretien-type

Guide d'entretien pour les membres de l'interprofession		
L'histoire		
Racontez-moi un peu votre histoire	Depuis combien temps travaillez-vous dans le domaine du vin ?	
	Comment et pourquoi vous êtes-vous engagé dans ce métier ?	
	Pouvez-vous me présenter l'interprofession et votre métier ?	
Le terroir du Périgord		
Quelle est la représentation du terroir de Bergerac ?	Comment définiriez-vous vous le terroir en général ?	
	Et le terroir de Bergerac ? Y'a-t-il plusieurs terroirs à Bergerac ?	
	Vous sentez-vous rattacher à ce terroir ? (avec des collègues du monde du vin par exemple)	
	Comment caractérisez-vous le vignoble de Bergerac ? (Les relations entre les acteurs)	
	Quelle est votre position sur les Appellations d'Origines ? (AOP-AOC, IGP)	
	Avez-vous entendu parler de la controverse à propos de vins qui se déclassent des AO pour du vin sans IG ?	
	Que pensez-vous de la patrimonialisation du vin ? (avec l'oenotourisme par exemple)	

C.2 - Retranscription de l'Entretien n°1

Sujet S4, membre de l'IVBD, Bergerac, le 21-02-2022.

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur les notions de terroir et de qualité du vin. Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Alors, tout d'abord j'aimerais parler un peu de votre histoire et de votre profession. Comment vous vous êtes retrouvé à travailler dans l'interprofession du vin de Bergerac ?

S4 : J'avais passé 6 ans dans le secteur des caves à vin, dans le sens électroménager du terme, pour les marques françaises qui ont 70% du marché. C'était en lien avec le marché du vin, c'était une filière qui m'intéressait pas mal. Je voulais plus travailler dans l'industrie qui faisait produire en Chine etc... Les valeurs agricoles m'allaient bien aussi. Et après y'a eu une offre d'emploi, et j'ai postulé sur le poste actuel.

E : Ce poste actuel vous pouvez m'en parler ?

E : Alors je suis responsable Marketing et Communication au sein d'une interprofession, des vins de Bergerac et Duras.

E : Et ça consiste en quoi une interprofession ?

S4 : Alors, quand vous êtes sur des filières agricoles, vous avez à la fois des syndicats, nous le syndicat du vin, et des interprofessions.

La différence, pour faire simple, c'est que les syndicats traitent de l'ensemble des questions techniques, de la vigne jusqu'au chai, ce qui concerne la production, la récoltes, si y'a des problèmes de gel, l'adaptation au climat, c'est le problème des fédérations. Et les interprofessions gèrent tout ce qui va être après, du chai jusqu'au verre du consommateur, c'est-à-dire les politiques de promotion, de commercialisation, de notoriété du vignoble, l'image du vignoble.

Donc ça va passer par le web, la promotion de l'œnotourisme, le développement de l'export, l'analyse de marché, de prix, de distribution euh... voilà en gros

E : Et vous en tant que responsable com, c'est les aspects que vous traitez ?

S4 : Oui tout à fait !

E : Et donc vous mettez en avant tout ça ?

S4 : Oui, le web par exemple, on a nos sites internet, nos réseaux sociaux, selon les thématiques, pour les professionnels plutôt LinkedIn, au grand public ou l'événementiel aussi Facebook.

C'est pour le grand public, mais aussi la communication interne, parce qu'on a à peu près 800 producteurs chez nous, plus les sociétés de négoce et les courtiers, donc pas mal de personnes.

Il y a aussi la relation avec les influenceurs, les bloggeurs. Il y a aussi la partie relation presse, donc organiser des déjeuners, des conférences, c'est la période en ce moment. Aussi la participation aux salons, prendre des stand et accueillir les vignerons, nationaux et internationaux, comme le Salon de l'Agriculture par exemple.

Ou Périgord Attitude, qu'on a développé pour unir nos forces autour des produits du Périgord, et faire la promotion des produits sous signes de qualité.

Ça fait partie de l'interprofession de promouvoir ces labels et appellations : AOP, IGP, Label Rouge.

C'est un programme qui renforce la notoriété des produits du Périgord.

S4 : Pour rebondir là-dessus, tout ça ce sont des produits du terroir, comment vous le définiriez ce terroir en règle générale ?

S4 : Comment je définirai le terroir du Périgord ?

S4 : Oui voilà

S4 : Mais dans un sens valorisation par l'image ou de la qualité ?

E : Les deux

S4 : Alors au niveau de la qualité, un produit qui a une appellation a un cahier des charges propre, alors je vais rentrer dans le détail car ce serait compliqué, mais l'importance de labéliser une production c'est de garantir au consommateur une production de qualité.

E : Donc pour vous le terroir est rattaché de facto à ces signes officiels de qualité ?

S4 : Alors une partie oui, ce sont des signes de qualité qui sont liés au terroir, par exemple l'IGP Périgord c'est rattaché au terroir, ça permet de dire que c'est le canard ou la noix du Périgord.

E : Il y a une IGP Périgord pour le vin ?

S4 : Oui, effectivement après pour plus de 90% de l'appellation c'est de l'AOP, et là pour le vin on sait qu'un des ingrédients essentiels pour la typicité d'un vin c'est son sol, donc on est directement relié au terroir et au territoire.

Donc il y a la qualité des sols, et un climat propice aux cépages, il y a aussi la Dordogne, la rivière est classée au patrimoine de l'UNESCO pour sa diversité. La Dordogne est indirectement liée au vin, et ça apporte de la qualité.

E : Vous me parlez du sol et du climat, est-ce que les pratiques sont à prendre en compte ? Existe-t-il des pratiques spécifiques quand on parle du terroir vitivinicole de Bergerac ?

S4 : Alors oui et non. Il y a plusieurs choses, comme tous les vignobles il y a un engagement environnemental important, chez nous très important. On est à 30% de surfaces bio, et près de 40% sous label Haute Valeur Environnementale, qui est le premier pas vers le bio. L'objectif c'est 100% en 2024, ça fait vraiment partie de notre identité.

Nous on a des sols qui n'étaient pas trop pourris comparé à d'autres en retard, comme Bordeaux, ils donnent des chiffres assez importants, mais dans la réalité ils sont en-dessous de nous. Mais ils partent de plus loin aussi, les sols c'est pas la même biodiversité préservée que chez nous.

Donc on a déjà un bon terroir préservé et ça nous permet d'avancer très vite sur ces questions-là.

Et puis après dans la spécificité la plus notable chez nous, dans notre vignoble, c'est nos deux appellations en liquoreux. On a Monbazillac la plus connue et Saussignac plus petite, qui sont à côté de l'autre. En terme de surface et de production on est le plus gros vignoble de liquoreux du Monde.

Et là on touche directement à la typicité des terroirs parce qu'en fait pour faire du liquoreux il faut ce qu'on appelle une pourriture noble. C'est un petit champignon qui s'appelle le Botrytis, il va se mettre sur les raisins et il va un petit peu les confire, donc

y'a moins de jus que dans un raisin à pleine maturité, c'est du sucre naturel, et c'est pour ça que ça se récolte un à deux mois plus tard que le vin classique.

Et si ça c'est possible chez nous parce qu'on a des conditions spécifiques de température et d'humidité. Vers le mois de septembre, quand ça se rafraichit, il va y avoir des nappes de brouillard qui vont se former et se stagner entre la Dordogne et les coteaux.

Sur un autre terroir, on pourrait pas avoir de liquoreux.

Après c'est lié aussi au savoir-faire qui s'est développé depuis des centaines d'années. Donc le terroir c'est un ensemble, au niveau environnemental c'est ce qui s'est fait depuis des années afin de préserver ce terroir et de ne pas le dénaturer. Et puis on a pas de grosses villes aux alentours, de pollution donc pour nous c'est un écrin de biodiversité.

E : Et tout à l'heure vous me parliez de terroir par rapport à l'image ?

S4 : Oui ! Parce que dans l'image, on a fait des études de notoriété par rapport à l'image du Périgord, et cette image va avoir un impact direct. Quelqu'un qui y habite pas, il va avoir une image d'espace vert, où il n'y a pas trop de pollution, où l'on mange plutôt bien, où il y a des beaux monuments.

E : Et ça aide à mieux vendre ?

S4 : Oui, quand on a comme objectif de valoriser la production, ça passe par l'image de son terroir, ça participe à une notoriété globale.

Par exemple, si on prend un exemple extrême, il y a des vignobles à Paris (rires).

Et si demain vous demandez l'image qu'ont ces vins-là, c'est pas que Paris a une mauvaise notoriété mais ça va pas avec l'image de nature, de verdure, de production agricole.

E : Et ça me fait penser : quand on parle du vin du Périgord, est-ce qu'il y a un lien avec la ville ? La ville de Bergerac ? Qui est une zone urbaine et non rurale.

S4 : Alors Bergerac ce n'est pas une très grande ville, c'est Périgueux d'ailleurs la préfecture, mais Bergerac s'est construite autour du vignoble, elle est directement rattachée à l'histoire des vins du Périgord.

E : Et c'est un patrimoine ce vin ?

S4 : AH oui, tout à fait ! Le vin fait partie du patrimoine local !

E : Et est-ce qu'il y a de l'innovation ? Ou est-ce qu'il y a des nouveaux producteurs qui s'installent pour cultiver la vigne à Bergerac ?

S4 : Alors oui, c'est lié à la fois aux acteurs, aux nouveaux arrivants ou aux entrepreneurs. Ce qui change beaucoup par rapport à il y a 50 ans, c'est qu'avant les domaines viticoles étaient un patrimoine familial. C'est-à-dire que ça se transmettait de

générations en générations, c'est qui encore un peu le cas. C'est des métiers-passions, et ils ont cœur à transmettre à leurs enfants. Mais depuis on va dire vingt bonnes années, les enfants partent souvent faire des études, voir autre chose, on a le même problème dans les fermes et l'agriculture, et on le retrouve dans la viticulture. Les enfants voient leur parent galérer et travailler sept jours sur sept pour finir à gagner un SMIC. On a un peu un problème de transmission, et il faut trouver des repreneurs. Et soit les enfants partent mais reviennent plus tard, autour de quarante ans, pour reprendre la propriété mais avec un savoir-faire nouveau, parce qu'ils ont voyagé et fait des études, et ils sont capables d'innover, même au niveau des outils de production de la stratégie commerciale, ça permet aussi de pousser encore plus loin les entreprises familiales.

Ou alors vous avez des gens qui n'ont pas de repreneurs et, ça nous pousse, l'interprofession a créé des postes spécifiques sur la transmission et l'installation. C'est un besoin qui est nouveau. Ça a été créé il y a cinq ans, on vient de mettre un site en ligne il y a un mois d'ailleurs, ça s'appelle « oser le vignoble de Bergerac et Duras », et c'est vraiment un site qui s'intéresse aux investisseurs.

Et ça bouge pas mal chez nous, il y a eu des ventes, et ça apporte aussi de l'innovation.

Et après vous avez aussi de l'innovation aussi des contraintes climatiques comme le réchauffement climatique tout ça, ça pousse aussi nos instances à travailler sur des cépages résistants et sur d'autres choses parce qu'on ne peut pas rester sur nos acquis, nos cépages traditionnels on sait que d'ici 10 ans il va falloir retravailler nos cahiers des charges.

E : D'accord très bien. Et bien écoutez je vous remercie pour m'avoir accordé un peu de votre temps, ça m'a bien aidé à y voir plus clair !

S4 : Oui, vous avez bien fait de m'appeler maintenant parce que dans un mois je m'en vais, je monte ma propre boîte (rires).

E : Alors si j'ai besoin de conseil je vous appelle !

S4 : Avec grand plaisir, au revoir !

E : Bonne journée à vous ! »

D - Entretien semi-directif avec un consommateur

D.1 - Grille d'entretien-type

Guide d'entretien pour les consommateurs de vin du Périgord	
La consommation	
Consommez-vous souvent du vin ?	A quelle fréquence consommez-vous du vin ? Dans quelle situation ? Buvez-vous souvent du vin de Bergerac ?
La qualité	
Qu'est-ce que pour vous un "bon vin" ?	Où un mauvais vin ? Qu'est-ce qui fait la qualité d'un vin ? En quoi est-il différent des autres ? Quel est son goût ?
Les critères de choix	
Racontez moi comment vous assurez-vous que le vin que vous choisissez est un bon vin	Etes-vous sensible à la labélisation ou à des marques de certification ? Aux AO ou AB ? Prêtez vous attention à l'étiquetage ? Vous fiez-vous au prix ? Vous faites-vous conseiller ? Où vous approvisionnez-vous en vin ? Pour quelles raisons ? Prenez vous une marque en particulier ? Le nom d'un domaine ? Une région ? Une année ?
Le terroir de Bergerac	
Quel est selon vous un terroir ?	Qu'est-ce que selon vous un terroir ? Et le terroir de Bergerac ? Comment le décririez-vous ? Est-ce important qu'il soit mis en valeur ? Pensez-vous le représenter en buvant du vin du Périgord ? Devrait-il l'être plus d'une certaine manière ? L'environnement, est-ce un critère important sur la qualité du vin ? Ou sur vos choix ?

D.2 - Retranscription de l'Entretien n°1

Sujet S5, consommatrice, Bergerac, le 21-02-2022.

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur les notions de terroir et de qualité du vin. Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Alors, tout d'abord j'aimerais parler un peu de votre rapport au vin.

A quelle fréquence vous consommez du vin ?

S5 : Alors euh... tout dépend, j'en consomme moins qu'auparavant, je dirai au moins

deux à trois fois par semaine, avant c'était une fois tous les deux jours. Y'a une petite baisse parce que mon compagnon est assez strict.

E : Et à quel moment vous buvez du vin ?

S5 : Alors le soir plutôt ! Dans la journée je travaille je n'ai pas trop l'occasion. J'aime bien boire du vin avant le repas, comme une sorte d'apéritif, et pendant le repas aussi.

E : Et vous buvez du vin de Bergerac ?

S5 : Oui bien sûr ! J'en ai toujours bu et j'en boirai toujours, je viens de là-bas.

E : C'est quoi votre histoire par rapport à Bergerac ?

S5 : Si vous voulez je suis arrivé en France à l'âge de six ans, et directement à Bergerac, et j'ai fait ma scolarité à Bergerac. J'y ai passé beaucoup de temps. Et dès petite, j'ai été initié un peu au vin avec ces vins de Bergerac, donc on va dire que c'est les premiers vins que j'ai goûté et apprécié, c'est un de mes premiers souvenirs par rapport au vin.

Et le père d'une copine qui travaillait dans le vin nous faisait goûter aux repas de famille, surtout du rouge, et en vieillissant j'étais moins rebuté par certains vins par rapport à d'autres personnes de mon âge moins habituées.

Et ça m'a fait voir le vin comme un alcool différent des autres, je considère que boire un verre de vin c'est pas comme boire un cocktail, et pour moi un bon repas ne peut pas se faire sans vin, vraiment. Chez moi, je ne vais pas tout le temps en avoir, mais typiquement, au restaurant ou à un dîner, je ne me vois pas faire un repas sans vin. C'est un élément du repas.

E : Et aujourd'hui encore, vous en consommez encore sans y habiter ? Vous m'avez dit tout à l'heure que vous habitiez à Bordeaux, y'a encore un lien avec Bergerac ?

S5 : Alors oui aujourd'hui je bois un peu de tout, je bois pas tout le temps du Bergerac, mais vu que j'ai un attachement à cette ville, si je trouve deux bonnes bouteilles et qu'il y en a une qui vient de Bergerac, peut être que je prendrai plus celle de Bergerac, par fidélité haha (rires).

Et j'ai plus l'occasion de boire les vins blancs de Bergerac, je trouve qu'on le trouve plus facilement, et j'associe plus facilement un vin de Bergerac à un vin blanc, qui me fait penser à l'été, plus que le rouge.

E : Lors de nos premiers contacts, vous m'aviez parlé d'un stage là-bas ?

S5 : Oui, j'ai fait un stage à la Maison des Vins de Bergerac, au CIRVB, qui s'appelle aujourd'hui l'IVBD, c'est l'interprofession des vins de Bergerac. C'était mon stage de seconde, et c'était extrêmement intéressant. J'ai vu ceux du marketing, ceux qui sont en relation avec les producteurs, ou les gens de l'étranger. Et j'ai aussi été à la boutique et au laboratoire.

J'ai beaucoup aimé le laboratoire, je pensais pas que y'en avait un, et au final les laborantines m'ont fait faire beaucoup d'expériences, et j'ai pu voir un autre aspect du vin, plus scientifique.

E : Et ça consistait en quoi cette analyse des vins ?

S5 : On prenait des échantillons, et par exemple on essayait de repérer la composition des vins, l'acidité, voir si y'avait pas d'agents allergènes, si ils étaient de qualité, je m'en rappelle pas spécialement, mais voir en gros si les vins étaient viables et de qualité.

E : Ça me permet de rebondir à la question suivante : c'est quoi selon vous un vin de qualité ? Un bon vin ?

S5 : Ah ! Il y a plusieurs choses, il y a le lieu et la méthode de sa culture, selon le lieu par exemple dans un territoire où le paysan prend soin de sa terre c'est peut-être pas pareil qu'un vin qui est à un kilomètre de Bordeaux. Donc l'endroit d'où vient le vin, et comment il est fait, je pense aux pesticides par exemple.

Il y a aussi le prix, on ne va pas se mentir. Après un prix ça peut être un faux indicateur de qualité, mais je pense que dans le vin ça reste aujourd'hui une marque : un vin de deux euros me semble-t-il sera moins bien qu'un vin à vingt euros.

Il y a aussi la question du bio, je pense que c'est bien de tendre vers ça, même si je pense qu'il y a des vins de qualité qui ne sont pas forcément bio !

E : Vous me parliez de goût tout à l'heure, des blancs de Bergerac, et vous me parliez de Bordeaux. Vous pensez qu'il y a une différence entre le vin de Bordeaux et Bergerac ?

S5 : Je pense que ça dépend de ce que l'on met en avant. A Bordeaux par exemple, on met en avant les vins rouges, à Bergerac on met beaucoup en avant les blancs, qui n'auront pas les mêmes goûts, et souvent je remarque qu'on préfère soit plutôt le blanc, soit plutôt le rouge.

E : Et par exemple, en vin blanc de Bergerac vous pensez à quoi ?

S5 : Ah pour Bergerac c'est le Monbazillac ! Si on dit Bergerac, on dit Monbazillac, c'est le vin porte-étendard, il accompagne les produits du terroir par exemple le pâté ou le canard. Pour moi c'est un très bon vin pour aller avec euh... un repas gascon, avec la gastronomie du Sud-Ouest en général ! Pour le rouge, je préfère les vins de Bordeaux, même si Bergerac fait des très bons rouges !

E : D'accord.

S5 : Ah et aussi, je trouve pour parler de Bordeaux, que le vin jouit d'une notoriété qui n'est peut-être pas toujours représentative de la qualité de ses vins. Là où Bergerac jouit aussi d'une belle notoriété alors que c'est une plus petite ville, et je pense que y'a des petites pépites, des petits trésors pas forcément connus des gens, et que les gens

pensent toujours au Monbazillac et c'est dommage parce qu'ils font aussi d'autres types de vins, comme le rosé, j'en ai goûté des délicieux !

E : Maintenant, j'aimerais qu'on parle de vos critères de choix. Vous êtes sensibles à tout ce qui est labélisation ? AOP ou AB par exemples ?

S5 : Alors pas forcément, moi je cherche des vins dont je connais le nom et que je peux situer. Je vais avoir tendance à prendre les mêmes types de vin.

E : Mais pour en revenir aux appellations d'origine, l'idée c'est de caractériser un terroir, un espace délimité selon vous ?

S5 : Oui, mais pour vous dire si je vais voir un vin de Bergerac, de Pécharmant par exemple, s'il est pas labelisé, ça m'importe peu, parce que je le connais. Mais effectivement, si je ne connais pas le vin, le signe du label va peut-être m'aider dans mon choix.

E : Et vous vous approvisionnez où en général ?

S5 : Alors ça dépend, si je dois offrir une bouteille, je vais aller chez le caviste, si c'est juste pour chez moi, je vais avoir tendance à le prendre en Grande Distribution. Je voudrai aller plus souvent chez les cavistes, mais quand je fais les courses, j'ai tendance à tout vouloir faire d'un coup pour aller plus vite.

E : Et le prix importe dans le choix du vin ?

S5 : Alors ça dépend aussi, si j'ai un élément que je veux mettre en valeur pendant mon repas, comme un bon fromage par exemple, il me semble que je vais essayer de prendre une bouteille au-dessus de sept euros.

E : Très bien. Maintenant j'aimerais qu'on parle de la notion de terroir, qu'est-ce qui vous vient en tête à travers ce mot de terroir ?

S5 : Pour moi un terroir c'est une zone géographique délimitée, dans laquelle y'a une terre particulière qui a certaine richesse, et qui crée le goût distinctif qu'aura le vin ou un produit comme du poulet ou des champignons. Donc oui je pense au sol et de sa composition, et le temps qui va avec, le climat, et le mélange va créer un goût particulier, qu'on va pouvoir reconnaître. Et si c'est bien exploité par les paysans ou les producteurs, on aura quelque chose de qualité.

E : Et le terroir de Bergerac, qu'est-ce qui vous vient en tête ?

S5 : Ah bin alors j'ai le soleil en tête, c'est une zone très ensoleillée l'été, c'est une zone où il pleut pas trop non plus. C'est une cuve, et l'hiver il fait assez froid, il y a un climat particulier. Et à Bergerac je trouve qu'il y a beaucoup de vignes, et c'est beaucoup vallonné.

Et je pense aussi à la Dordogne, qui est centrale.

E : Et vous c'est important ce terroir ? Vous y accordez de l'importance ?

S5 : Ah oui, bien sûr, j'ai une certaine fidélité, je connais bien cette ville. C'est important de mettre en valeur son territoire, la ville a beaucoup mis en valeur Cyrano de Bergerac, comme un héros de la ville, alors qu'il n'a pratiquement pas vécu là-bas haha (rires).

Mais ils mettent beaucoup en avant l'histoire, leur patrimoine, ils ont fait des grands travaux sur les quais de la Dordogne.

Et donc oui, c'est important qu'ils mettent en avant leur terre aussi, c'est un élément de base du patrimoine. Et beaucoup de gens ont leur famille là-bas, c'est une histoire familiale, et donc y'a un respect de leur ascendants.

Et je trouve que Bergerac met bien avant leur terroir, leurs produits et leur patrimoine, et la culture aussi en général ! Ça permet de faire découvrir le Périgord à toute la France !

E : L'œnotourisme, c'est quelque chose qui vous parle ?

S5 : Ah oui, bien sûr ! L'IVBD, ils l'ont totalement refait, en face du port et de la Dordogne, à côté de la statue de Cyrano : y'a les trois choses emblématiques de la ville dans le même coin.

Et l'IVBD participe beaucoup aux événements de la ville, à des spectacles par exemple, et tout le monde les connaît un peu, ils font des soirées. Ils ont créé un grand bar à vin, et il y a aussi la route des vins qui permet de visiter tous les châteaux et les vignobles du Périgord !

Même les restaurants, à côté des châteaux ou dans les châteaux, c'est assez cohérent ! Et c'est un business très important à Bergerac.

Moi quand j'étais enfant j'ai visité Monbazillac, Pécharmant, j'ai mangé dans les restaurants des châteaux, on peut pas y couper en vivant là-bas ! Tout est souvent raccordé au vin haha ! (rires)

E : D'accord, et j'ai une dernière question, ça concerne la notion d'environnement, aujourd'hui vous pensez que c'est quelque chose d'important dans le domaine du vin ?

S5 : Moi je pense oui que c'est important. Je pense que les vignerons et les autres se sont saisis de ça, ils essayent d'améliorer les choses en aidant les producteurs à tendre vers des méthodes plus viables. Mais j'imagine que y'a des difficultés et que ça peut être complexe. Mais sincèrement je pense qu'ils prennent ça en compte et qu'ils font de leur mieux ! Après oui, passer au bio j'imagine que c'est pas facile, mais ça fait longtemps qu'on parle de vin bio à Bergerac.

E : Très bien, c'est noté. Ecoutez je vous remercie de m'avoir accordé du temps, je vous souhaite une bonne journée.

S5 : Merci à vous, au revoir ! »

E - Entretien semi-directif avec un restaurateur

E.1 - Grille d'entretien-type

Guide d'entretien pour les Restaurateurs	
L'histoire du restaurant	
Racontez-moi un peu votre histoire avec ce restaurant et sa cave	Depuis combien temps travaillez-vous dans ce restaurant ? Comment et pourquoi vous êtes-vous engagé dans ce métier ? Quels types de vins vendez-vous ? (locaux, français, étrangers)
Les critères de choix	
Expliquez-moi pourquoi et comment faites-vous vos choix de vin ?	Comment choisissez-vous les vins que vous vendez ? Quelle est votre position par exemple sur les AOC-AOP, IGP ou AB ? Qu'est-ce qu'un bon vin, un vin de qualité selon vous ?
Le terroir du Périgord	
Est-ce que vous représentez le terroir de Bergerac ?	Comment définiriez-vous vous le terroir en général ? Et le terroir de Bergerac ? Y'a-t-il plusieurs terroirs à Bergerac ? Vous sentez-vous rattacher à ce terroir ? (avec des collègues du monde du vin par exemple) Pensez-vous mettre en valeur le terroir de Bergerac à travers votre vin ? Est-ce une valeur importante ?
Le goût des consommateurs	
Expliquez moi ce que recherche le consommateur en venant ici	Le client du restaurant a-t-il une idée précise de ce qu'il veut ? Avez-vous noté une évolution du goût des consommateurs ? Les touristes veulent-ils découvrir les vins de Bergerac ?

E.2 - Retranscription de l'Entretien n°1

Sujet S6, restaurateur, Bergerac, le 21-02-2022.

E : « Bonjour, pour rappeler je m'appelle Hadrien, je suis étudiant en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'ISTHIA, l'Institut Supérieur de l'Hôtellerie, du Tourisme et de l'Alimentation, rattaché à l'Université Jean Jaurès de Toulouse.

Mon travail de mémoire porte cette année sur les notions de terroir et de qualité du vin. Merci de m'accorder un peu de votre temps, d'avoir accepté d'être enregistré et de pouvoir retranscrire cet entretien.

Sachez que vous êtes libre de répondre à chacune des questions.

Les résultats de l'enquête seront anonymes et resteront dans un cadre universitaire, vous avez d'ailleurs signé un document relatif aux RGPD qui explique tout cela.

Alors, tout d'abord j'aimerais parler un peu de votre histoire.

Ça fait combien de temps que vous travaillez dans ce restaurant ?

S6 : Ça fait 26 ans !

E : Vous êtes cuisinier ?

S6 : Alors oui, j'ai fait l'école hôtelière à l'époque. Et j'ai vite travaillé en restauration.

E : Et votre expérience que vous avez avec le vin, ça vous vient d'où ?

S6 : Moi j'ai appris à connaître le monde du vin sur le tas. J'ai pas fait d'école de sommellerie ou quoi que ce soit.

E : Et vous vendez quels types de vin dans votre restaurant ?

S6 : En générale, des Bergerac, surtout du vin de Bergerac ! Vu que nous sommes à Bergerac.

E : Et vous les choisissez comment ces vins ?

S6 : Alors je me fais aider d'un négociant qui est mon principal fournisseur, qui fait partie de la cave de *****, qui vient de Savignac, et c'est lui qui m'aide à faire notre carte des vins et tout.

E : C'est des vins qui sont des appellations d'origine ?

S6 : Oui exactement, la grosse partie sont des AOC.

E : Et vous avez entendu parlé de certaines controverses à propos de vins AOC ?

S6 : Ah non, moi j'ai jamais entendu ça, j'ai une vision positive de ces vins, un Bergerac y'a pas de soucis !

E : Et pour vous, c'est quoi un bon vin ? Un vin de qualité ?

S6 : Un vin de qualité ? ça va être un vin qui a du caractère, voilà, après moi je suis pas un grand connaisseur en sommellerie !

E : Et comment vous accordez vos vins avec vos mets ?

S6 : Alors, ça dépend du client, de ce qu'il veut et ce qu'il prend. Je fais à ma façon, nos vins on les connaît pratiquement tous, je les goûte, je sais comment ils sont, quels corps ils ont, tout ça, et en fonction de tout ça je vois beaucoup selon ce que le client mange. C'est mon idée à moi. On des rouges, des blancs et des rosés.

E : Et moi je travaille sur la notion de terroir, ça vous évoque quoi ce mot ?

S6 : Alors là franchement je sais pas... Je sais pas trop...

E : Y'a rien qui vous vient à l'esprit ?

S6 : Non franchement, je serai incapable de vous répondre...

Sujet S6, restaurateur, Bergerac, le 21-02-2022.

E : D'accord, pas de soucis !

S6 : Je suis désolé je dois retourner travailler...

E : Pas de problèmes, je vous remercie de m'avoir accordé un peu de temps.

S6 : Bonne journée !

E : Au revoir. »

F - RGPD-type

Notice d'information et de consentement éclairé

Titre du projet : Mémoire de Première Année

Avant d'accepter de participer à ce projet de recherche, veuillez prendre le temps de lire et de comprendre les renseignements qui suivent.

Ce document vous explique le but de ce projet de recherche, ses procédures, avantages, risques et inconvénients.

N'hésitez pas à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Chercheur : ZAMMIT Hadrien.

ISTHIA (Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation), Université Toulouse Jean-Jaurès II, Campus Mirail, 5 All. Antonio Machado, 31100 Toulouse.

Coordonnées de la personne référente : ZAMMIT Hadrien, hadrienzammit@orange.fr

Lieu de recherche : Bâtiment Erasme, Campus Mirail, 5 All. Antonio Machado, 31100 Toulouse.

But du projet de recherche : Réponse à demande de soutenance de mémoire de Master 1

Commanditaire du projet : ISTHIA

Ce que l'on attend de vous : Si vous acceptez de participer, plusieurs questions concernant vos conceptions de la qualité, du vin, du terroir du Périgord vous seront posées.

Pour cette expérience, vous allez être en entretien privé face au chercheur-animateur. Nous vous demandons d'être le plus honnête et spontané possible.

L'entretien durera environ 30 minutes.

Si vous le souhaitez, une fois notre enquête terminée, vous aurez accès à notre compte-rendu de recherche.

Vos droits lors de la recherche en tout temps

1. Votre contribution est volontaire et libre
2. Vous pourrez vous retirer ou arrêter l'enquête à tout moment.
3. Si vous refusez ou cessez de participer cela n'entraînera aucune répercussion, sur votre statut, sur les relations futures avec l'Université Jean Jaurès ainsi que l'ISTHIA.

Vos droits à la confidentialité et au respect de la vie privée

Vos données sont totalement anonymes.

L'étude à laquelle vous allez participer sera strictement anonyme, c'est-à-dire les données collectées ne permettront pas de vous identifier, même indirectement, de quelque manière que ce soit. (à moins que vous acceptiez de parler en tant qu'expert officiellement).

Nous vous précisons également les points suivants :

1. Les données obtenues seront traitées avec la plus entière confidentialité
2. Aucun autre renseignement sur votre identité ne sera dévoilé.
3. Seuls les chercheurs auront accès aux données. Toutes les données seront gardées dans un endroit sécurisé.
4. Après retranscriptions des données, celles-ci seront supprimées.

Bénéfices : Les avantages attendues de cette recherche sont d'obtenir des informations et de comprendre le sujet de recherche.

Risques possibles :

Cette recherche n'implique aucun risque, inconfort ou danger pour la santé.

Nous n'excluons pas le risque que des souvenirs (désagréables ou agréables) puissent être ravivés.

En cas d'hacking, toutes les données seront anonymes, puis supprimées.

Diffusion : L'analyse de cette recherche sera diffusée dans le travail final du mémoire.

Engagement : Je m'engage à ne pas dévoiler les données de cette étude avant sa diffusion.

Je m'engage à ne pas dévoiler ce qui peut porter préjudice à autrui.

Remerciements : Nous vous remercions du temps accordé à notre recherche, vous contribuez à faire avancer les connaissances scientifiques en sciences sociales dans le domaine de l'alimentation.

Consentement à la participation

En signant le formulaire de consentement, vous certifiez que vous avez lu et compris les renseignements ci-dessus, que nous avons répondu à toutes vos interrogations de façon satisfaisante.

Vous avez été également informé que vous êtes libre d'annuler votre consentement ou de vous retirer de cette recherche à tout moment, sans préjudice.

A remplir par le participant :

J'ai lu et compris les renseignements ci-dessus et j'accepte de plein gré de participer à cette recherche.

Nom Prénom Date / / Signatures :

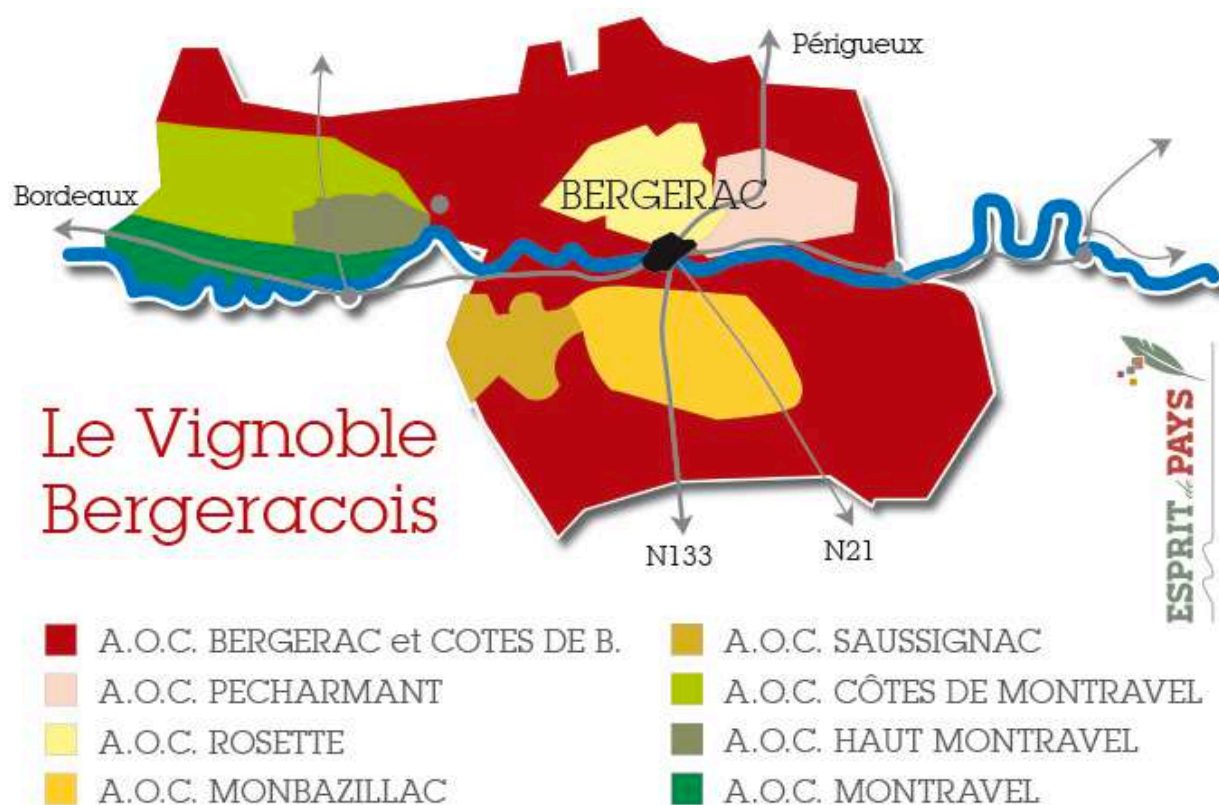
Un exemplaire de ce document vous est remis, un autre exemplaire est conservé par le responsable scientifique durant l'étude.

INDEX

AOC	:	Appellation d'Origine Contrôlée
AOP	:	Appellation d'Origine Protégée
AOVDQS	:	Appellation d'Origine Vin Délimité de Qualité Supérieure
CAC	:	Conseil des Agréments et des Contrôles
CE	:	Communauté Européenne
CNRTL	:	Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales
IGP	:	Indication Géographique Protégée
INAO	:	Institut National de l'Origine et de la Qualité
INRAE	:	Institut National de Recherche pour l'Agriculture, l'Alimentation et l'Environnement
IVBD	:	Interprofession des Vins de Bergerac et Duras
OC	:	Organisme Certificateur
ODG	:	Organisme de Défense et de Gestion
OI	:	Organisme d'Inspection
SYAL	:	Système Agroalimentaire Localisé
VDF	:	Vin De France
VDP	:	Vin de Pays

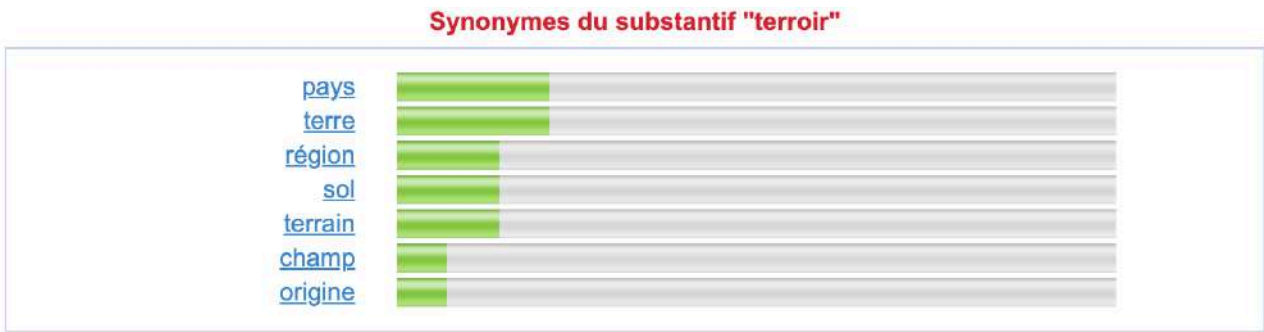
TABLE DES FIGURES

Figure A : Les terroirs qui composent le vignoble de Bergerac⁴⁰



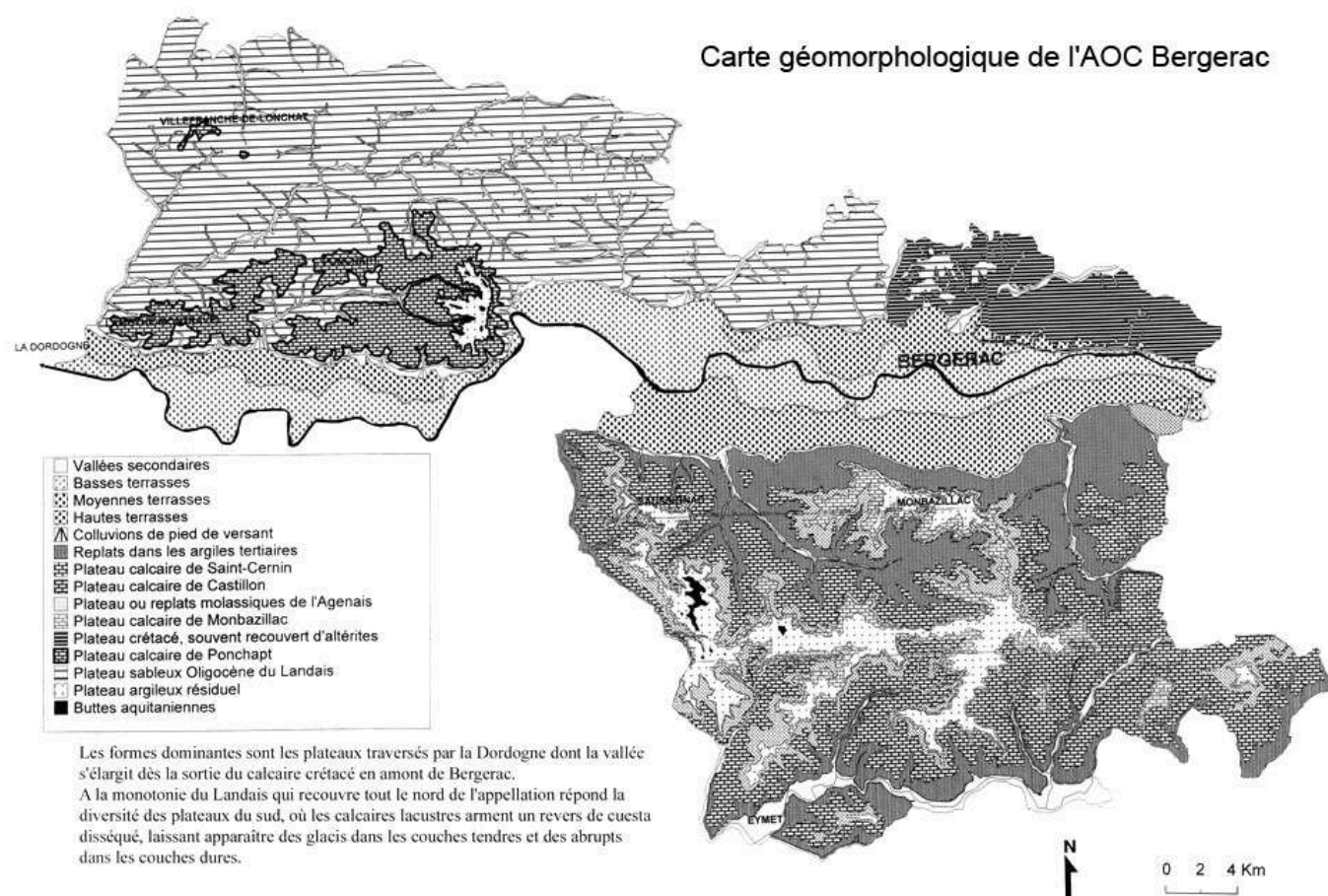
⁴⁰ IVBD, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.vins-bergeracduras.fr/>>. (Consulté le 17-01-2022).

Figure B : Les synonymes du mot terroir⁴¹



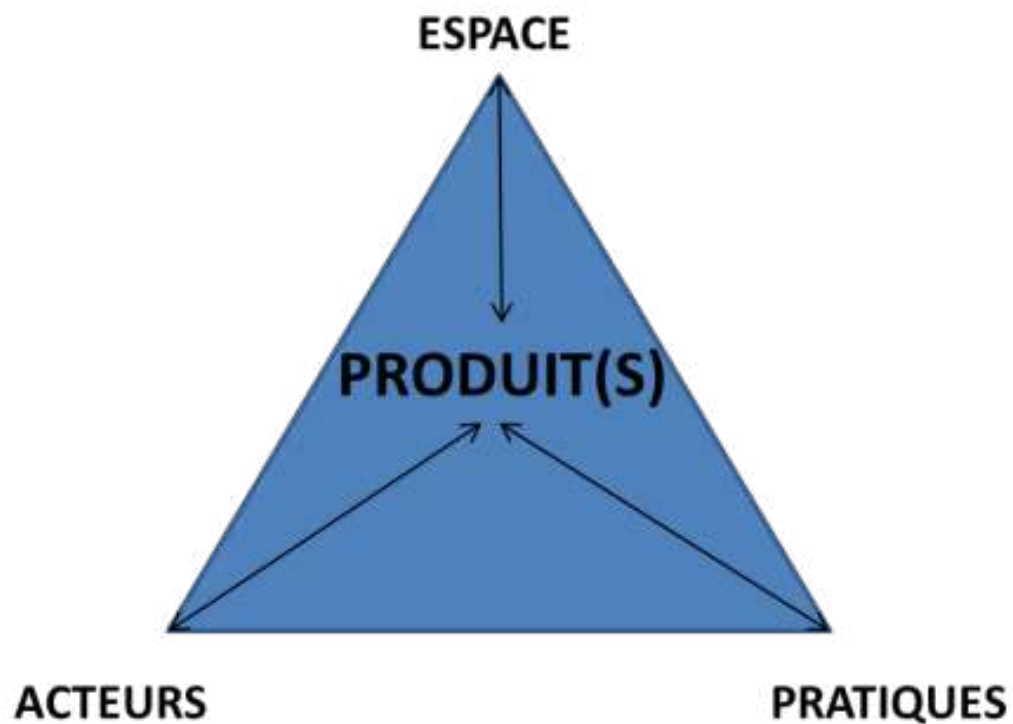
⁴¹ CNRTL, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.cnrtl.fr/definition/terroir>>. (Consulté le 17-01-2022).

Figure C : Carte géomorphologie de l'AOC Bergerac⁴²



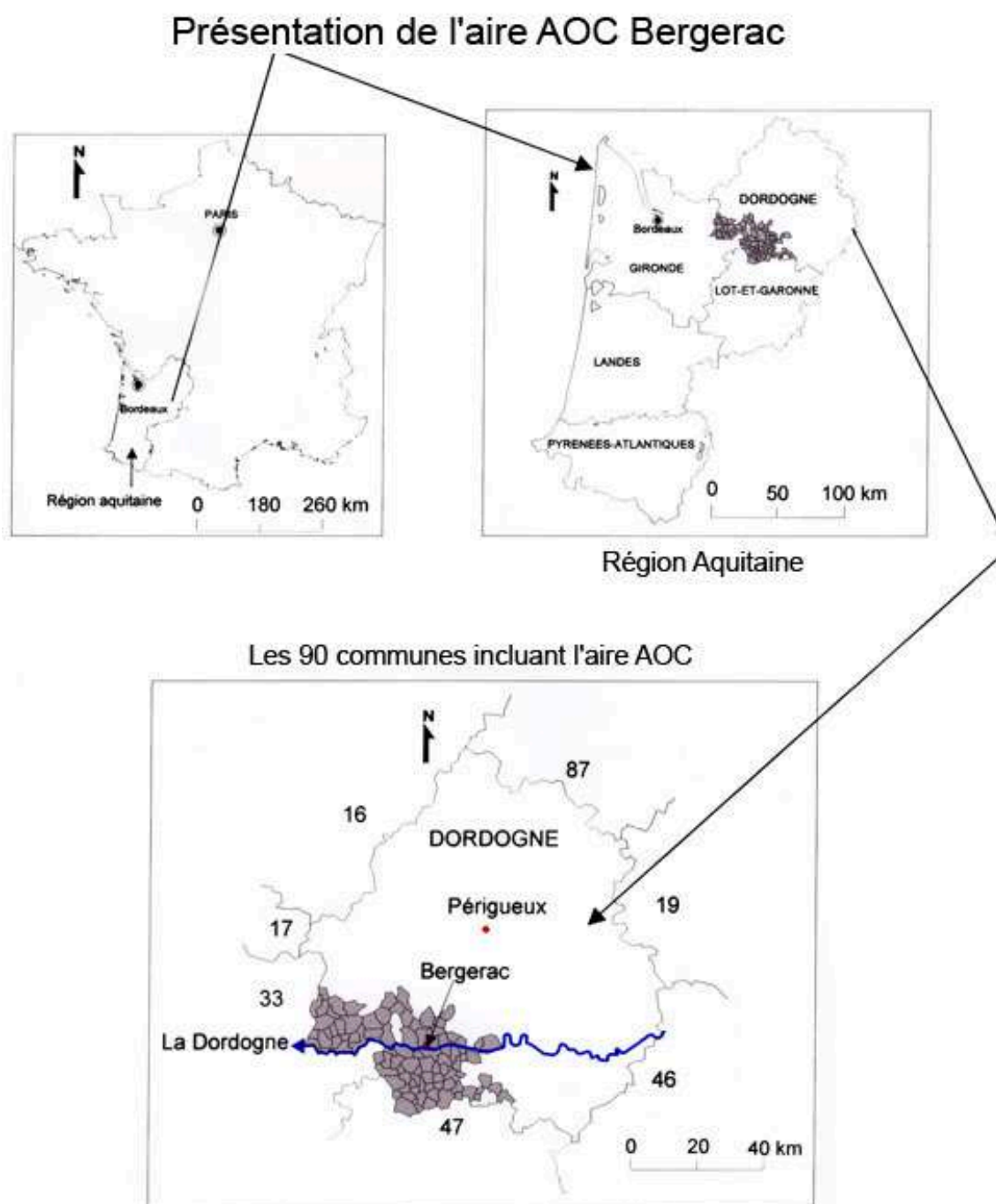
⁴² Rouvellac Éric, Géoconfluences, 2007. [En ligne]. Disponible sur : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/vin/VinScient9.htm>. (Consulté le 17-01-2022).

Figure D : Le terroir privilégiant l'entrée par le produit, expression de l'activité humaine dans l'espace local et le temps long⁴³



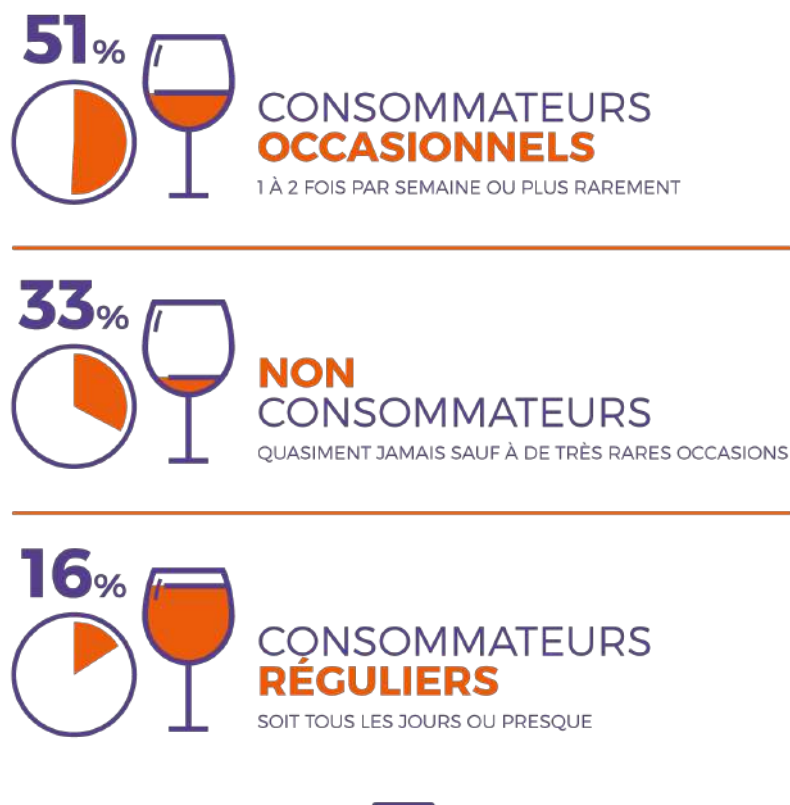
⁴³ Prévost Philippe et al, « Le terroir, un concept pour l'action dans le développement des territoires », *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, Volume 14 Numéro 1 | mai 2014. [En ligne]. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/vertigo/14807>. (Consulté le 27-11-2021).

Figure E : Présentation de l'aire AOC Bergerac⁴⁴



⁴⁴ Rouvellac Éric, Géoconfluences, 2007. [En ligne]. Disponible sur : <<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/vin/VinScient9.htm>>. (Consulté le 17-01-2022).

Figure F : La typologie des consommateurs français de vin a XXI^e siècle⁴⁵



⁴⁵ Vin et Société, 2019, [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.vinetsociete.fr/node/2255>>. (Consulté le 17-01-2022).



Figure H : La représentation schématique du terroir⁴⁶



⁴⁶ Prévost Philippe et al, « Le terroir, un concept pour l'action dans le développement des territoires », *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, Volume 14 Numéro 1 | mai 2014. [En ligne]. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/vertigo/14807>. (Consulté le 27-11-2021).

TABLE DES TABLEAUX

Tableau A : La réformes des Appellations d'Origine avant et après 2009⁴⁷

AVANT 2009		APRÈS 2009
		
A.O.C A.O.V.D.Q.S	→ V.Q.P.R.D	<u>Vin avec I.G</u> A.O.P I.G.P
Vin de Pays	→ <u>Vin de Table</u> *Avec I.G	<u>Vin sans I.G</u> Vin de France Vin de la CE
Vin de Table	→ *Sans I.G	

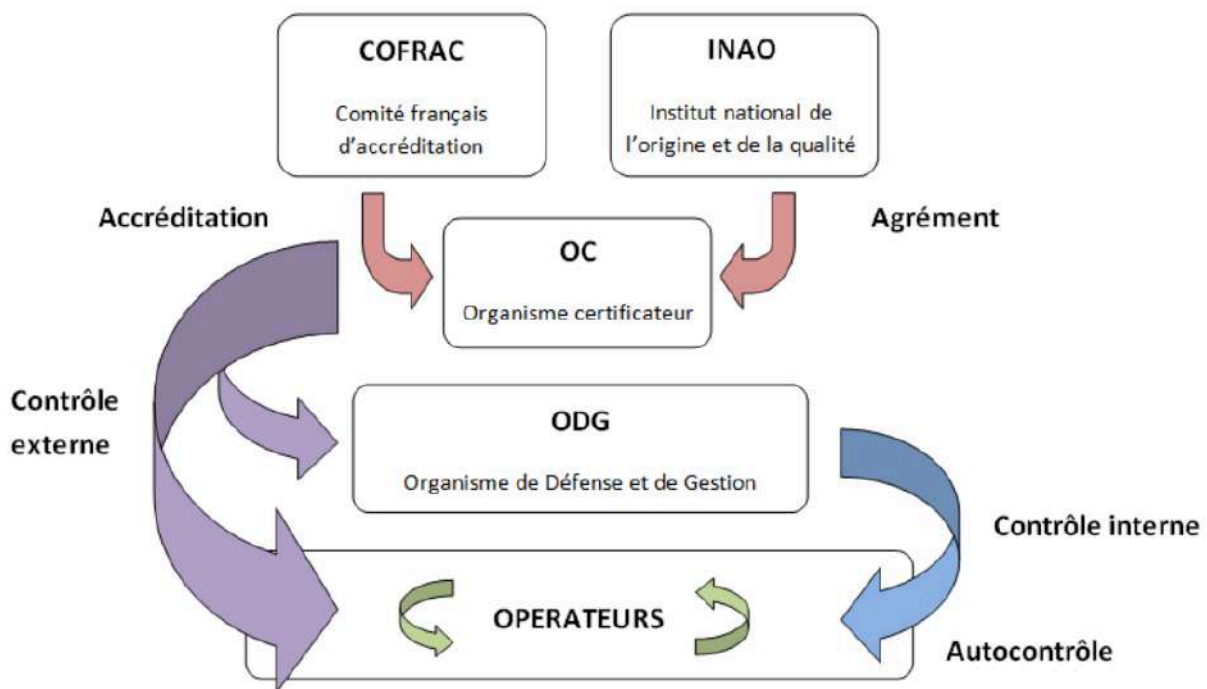
⁴⁷ Geoffray Loïc, Vin'Stache #7 : L'Appellation d'Origine Compliquée ? Les Vins AOC - Partie 1, [En ligne]. Disponible sur : <<https://urlz.fr/hHGL>>. (Consulté le 10-10-2021).

Tableau B : Les contrôles après la réforme selon l'INAO⁴⁸



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

Comment s'organisent et sont pris en charge les contrôles ?



La supervision des OC par l'INAO est faite grâce aux ressources budgétaires de l'INAO, constituées principalement de la dotation de l'Etat mais également des droits versés par les ODG.

Le **contrôle externe** est effectué par un organisme certificateur (OC) ; il comprend la supervision des activités des opérateurs à travers un contrôle documentaire et/ou physique, mais aussi celle des ODG, d'une part, sur ses missions afférentes au contrôle interne par un audit vérifiant si les moyens nécessaires à ce contrôle sont disponibles et utilisés.

Le **contrôle interne** est celui effectué par l'ODG sur les opérateurs. Il peut être internalisé, il est dans ce cas effectué par un agent employé de l'ODG (ou en mise à disposition), ou externalisé, il est dans ce cas effectué par un organisme indépendant.

Afin d'assurer un suivi et une coordination, les opérateurs effectuent un **autocontrôle**, dont ils assurent les coûts (non analysés au sein de l'étude).

⁴⁸ INAO, 2022. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.inao.gouv.fr/>>. (Consulté le 02-02-2022).

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	5
AVANT-PROPOS.....	6
SOMMAIRE	8
INTRODUCTION GÉNÉRALE	9
PARTIE 1 - ÉTAT DE L'ART	13
INTRODUCTION PARTIE 1	14
CHAPITRE 1 : L'évolution sémantique de la notion de terroir	15
1.1 - L'apparition du concept de terroir.....	15
1.2 - Le terroir : entre valorisation et dévalorisation	17
CHAPITRE 2 - Les multiples définitions du concept de terroir en sciences sociales	20
2.1 - Le terroir selon l'agronomie	20
2.2 - Le terroir selon la géographie	22
2.3 - La nécessité d'une définition officielle du terroir.....	24
CHAPITRE 3 - L'institutionnalisation des terroirs vitivinicoles.....	26
3.1 - La création des Appellations d'Origine pour le contrôle et la protection des vins du terroir.....	27
3.2 - Les controverses portant sur la qualité institutionnelle des Appellations d'Origine	30
3.3 - Les réformes et alternatives face à ces controverses.....	34
CONCLUSION PARTIE 1	37
PARTIE 2 - PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES	38
INTRODUCTION PARTIE 2	39
CHAPITRE 1 - Élaboration de la problématique.....	40
1.1 - Les acteurs et pratiques du terroir vitivinicole de Bergerac.....	40
1.2 - Les divers degrés de la qualité d'un vin.....	44

1.3 - La valorisation de la qualité d'un vin.....	48
1.4 - Reformulation de la question de départ et problématisation.....	48
CHAPITRE 2 - Hypothèses.....	50
2.1 - Hypothèse 1 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur marchande.....	50
2.2 - Hypothèse 2 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur culturelle	53
2.3 - Hypothèse 3 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur écologique	56
CONCLUSION PARTIE 2	59
PARTIE 3 - MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE	60
INTRODUCTION PARTIE 3	61
CHAPITRE 1 - Les méthodologies quantitatives et qualitatives	62
1.1 - La méthodologie quantitative.....	62
1.2 - La méthodologie qualitative	64
CHAPITRE 2 - Les méthodologies quantitatives et qualitatives de la méthodologie probatoire	67
2.1 - Vérification de l'Hypothèse 1	67
Hypothèse 1 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur marchande ajoutée.....	67
2.2 - Vérification de l'Hypothèse 2	71
Hypothèse 2 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur culturelle régionale	71
2.3 - Vérification de l'Hypothèse 3	75
Hypothèse 3 : Les acteurs du vignoble de Bergerac mettent en avant la qualité du vin de leur terroir selon une valeur écologique commune.....	75
CONCLUSION PARTIE 3	79
CONCLUSION GÉNÉRALE	80

BIBLIOGRAPHIE.....	82
TABLE DES ANNEXES	86
1 - Terrain exploratoire et entretiens semi-directifs	86
INDEX	115
TABLE DES FIGURES.....	116
TABLE DES TABLEAUX	123
TABLE DES MATIÈRES.....	125

Les processus de valorisation de la qualité d'un terroir : le vin de Bergerac

Résumé

Ce mémoire interroge les notions de vin, de terroir et de qualité.

Le vin est un emblème rattaché à la culture française depuis des siècles, et il participe au rayonnement de la gastronomie de la France dans le Monde entier.

En questionnant la notion de qualité du vin, il apparaît très vite la notion de terroir.

Concept complexe à définir en science, le terroir est, en France, un facteur important quand on aborde la vitiviniculture.

Il a souvent été employé dans le discours commun, parfois de manière positive, parfois de manière négative.

En me demandant comment le terroir participe à la qualité d'un vin, j'ai remarqué que de nombreuses disciplines ont déjà abordé cette question : l'agronomie, la géographie, l'histoire et d'autres encore.

En prenant comme exemple le vin de Bergerac, qui s'illustre dans le mémoire à travers des entretiens sociologiques réalisés auprès d'acteurs du monde du vin, notre problématique porte sur la valorisation de la qualité des vins du terroir vitivinicole de Bergerac et du Périgord.

Trois hypothèses en découlent : une première porte sur la valeur marchande, une seconde sur la valeur culturelle et enfin une dernière aborde la question de la valeur écologique.

Afin d'affirmer ou de réfuter ces hypothèses, nous avons mis en place une méthodologie probatoire propre aux sciences sociales en vue d'un futur travail de mémoire et de terrain en Master 2.

Mots-clés : Vin ; Terroir ; Qualité ; Valorisation ; Bergerac ; Périgord ;

Abstract

This dissertation questions the notions of wine, terroir and quality.

Wine has been an emblem attached to French culture for centuries, and it contributes to the influence of French gastronomy throughout the world.

By questioning this quality of wine, the notion of terroir very quickly appears.

A complex concept to define in science, the terroir is, in France, an important factor when approaching vitiviniculture.

It has often been used in common speech, sometimes in a positive way, sometimes in a negative way.

When wondering how the terroir contributes to the quality of a wine, I noticed that many disciplines have already addressed this question: agronomy, geography, history and others.

Taking as an example the wine of Bergerac, which is illustrated in the thesis through sociological interviews carried out with actors of the wine world, our problem concerns the valuation of the quality of the wines of the vitivinicultural terroir of Bergerac and Périgord. .

Three hypotheses arise from this: the first relates to market value, a second to cultural value and finally a final one addresses the question of ecological value. In order to affirm or refute these hypotheses, we have set up a probationary methodology specific to the social sciences with a view to future memory and field work in Master 2.

Keywords: Wine ; Terroir ; Quality ; Valuation ; Bergerac ; Perigord ;