



Préférences des consommateurs suisses en matière de vin : cépages traditionnels vs cépages résistants

Marie Blackford^{1,2}, Barbara Guggenbühl-Gasser⁴, Jonas Inderbitzin³, Martin Wiederkehr⁵, Pascal Fuchsmann⁴, Stefan Bieri⁶, Kathleen Mackie-Haas⁷

¹ Agroscope, Enology, Route de Duillier 60, 1260 Nyon, Switzerland

² Changins, HES-SO University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland College for Viticulture and Enology, Nyon, Switzerland

³ Agroscope, Postharvest quality plant products, 8820 Wädenswil, Switzerland

⁴ Agroscope, Human Nutrition, Sensory Analysis and Flavour, 3003 Berne, Switzerland

⁵ Weinbauzentrum Wädenswil (WBZW), 8820 Wädenswil, Switzerland

⁶ Agroscope, Wine quality, Route de Duillier 60, 1260 Nyon, Switzerland

⁷ Agroscope, Viticulture in German-Speaking Switzerland, 8820 Wädenswil, Switzerland

L'intérêt croissant pour une viticulture plus durable favorise le développement de cépages résistants aux maladies fongiques (FRG), mais leur acceptation par les consommateurs reste incertaine. Cette étude explore la perception qu'ont les consommateurs suisses des vins issus de ces cépages par rapport aux vins issus de cépages traditionnels. Elle examine les différences d'acceptation, la segmentation des consommateurs et l'influence de l'information concernant les cépages résistants sur la perception du vin, par le biais de dégustations à l'aveugle dans trois localités. L'objectif est de fournir aux viticulteurs des informations qui les aideront à adapter leurs stratégies de commercialisation pour ces nouvelles variétés.

Contexte et objectifs de l'étude

L'étude la plus récente sur l'acceptation des cépages résistants menée en Suisse remonte à plus de dix ans et se concentrait uniquement sur des dégustations réalisées par des experts¹. Depuis, de nombreux nouveaux cépages ont été développés et l'intérêt des consommateurs pour la durabilité n'a cessé de croître². Cette étude aborde trois questions : (i) Les consommateurs suisses perçoivent-ils différemment les vins issus de cépages résistants par rapport aux cépages traditionnels ? (ii) Peut-on identifier des groupes de consommateurs selon leur appréciation des vins issus de cépages résistants ? (iii) L'information sur les cépages résistants influence-t-elle leur appréciation ? Les résultats devraient fournir aux viticulteurs des informations pertinentes pour accroître la production de vins issus de cépages résistants. Ils devraient également leur donner des pistes afin de mettre en place des stratégies de promotion efficaces pour ces vins.

Design expérimental

Les vins étudiés sont issus de cépages résistants blancs, à savoir le Souvignier gris et le Divona, et de cépages résistants rouges, à savoir le Divico et un assemblage de différentes variétés (VB Cal 1-28, VB Cal 1-36, Divico, Cabaret noir et Regent). Pour chaque couleur de vin, deux vins de référence, issus de cépages traditionnels, ont été sélectionnés pour représenter les préférences des consommateurs suisses. Pour le blanc, le cépage Chasselas, et pour le rouge, le Pinot Noir et le Gamay. Au total, 5 vins blancs et 5 vins rouges ont été étudiés. Les vins ont fait l'objet d'une analyse chimique et sensorielle avant d'être soumis à un test de consommation selon le design expérimental présenté dans la Figure 1.

Description des vins

Pour les vins blancs, des différences sensorielles ont été constatées pour la couleur, les notes végétales perçues dans le bouquet et l'acidité. Le Chasselas

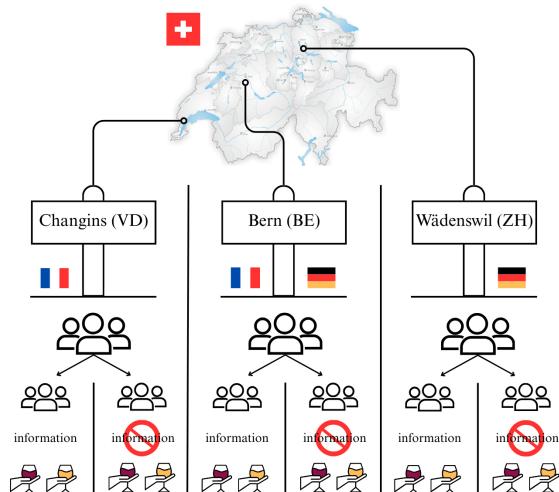


FIGURE 1. Design expérimental du test d'acceptation par les consommateurs.

1 présentait les notes végétales les plus intenses, tandis que le Divona 1 avait les moins intenses. Le Souvignier gris affichait l'acidité la plus élevée. En termes de composition du vin, les vins issus de cépages résistants présentaient une teneur en alcool plus élevée (13,7 % en moyenne) que les vins de Chasselas (12 % en moyenne). Les teneurs en sucres résiduels étaient variables, les teneurs les plus élevées étant observées dans les vins de Chasselas 1 et de Souvignier gris. La teneur en thiols (3MH) a été mesurée et s'est avérée la plus élevée dans les vins de Divona et modérée dans ceux de Souvignier gris. Parmi les vins rouges, la teinte et la composition de la couleur différaient ; les vins issus de cépages traditionnels contenaient plus de jaune, tandis que ceux issus de cépages résistants contenaient plus de bleu et étaient plus foncés. Les vins de Divico avaient des notes épiciées et animales. En moyenne, les vins issus de cépages résistants présentaient une acidité plus élevée, un volume plus important et des tanins plus marqués. La teneur en composés phénoliques de ces vins était presque trois fois plus élevée que celle des vins issus de cépages traditionnels.

Appréciation par les consommateurs

L'appréciation par les consommateurs des vins blancs et des vins rouges est présentée dans les figures 2A et B. Les valeurs moyennes ≥ 5 montrent

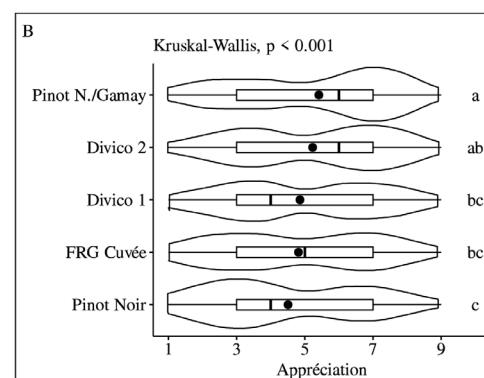
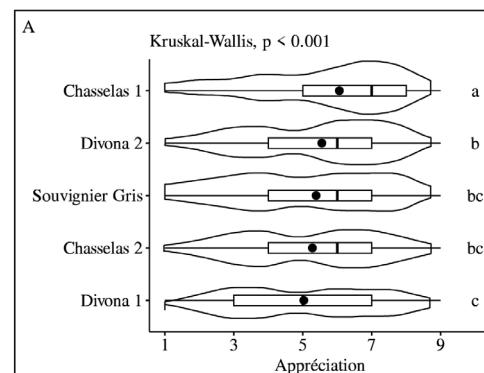


FIGURE 2. Appréciation des vins (A = vins blancs/B = vins rouges).

que, globalement, tous les vins ont été appréciés. Le diagramme en violon représente la distribution des notes à l'aide de courbes de densité. La plupart des consommateurs ont aimé le vin Chasselas 1, comme le montre le pic de la courbe autour de la note de 7. Pour les autres vins, deux pics sont visibles sur la courbe, ce qui suggère une divergence dans l'appréciation de ces vins par les consommateurs, certains les appréciant plus que d'autres. Ce phénomène s'observe aussi bien pour les vins blancs que pour les vins rouges.

Classification des consommateurs

Une classification hiérarchique a permis de regrouper les participants en cluster en fonction de leurs préférences. Les notes attribuées à chaque vin par chaque groupe sont présentées dans les Figures 3A et B pour les vins blancs et les vins rouges.

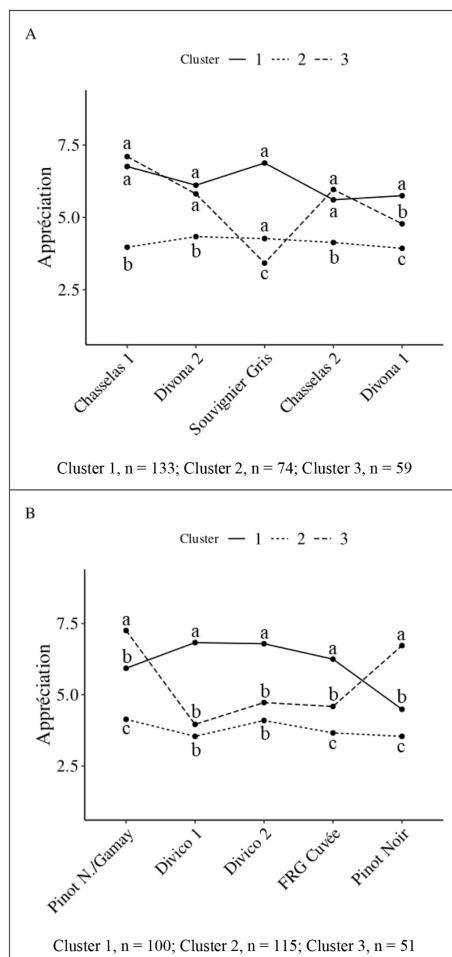


FIGURE 3. Appréciation des vins pour les différents groupes de consommateurs (A = vins blancs /B = vins rouges).

Les clusters 1 et 3 ont évalué les vins blancs plus positivement que le cluster 2, les différences se situant principalement au niveau du Souvignier gris et du Divona 1. Le cluster 1 compte davantage de consommateurs qui connaissent la signification de l'expression « cépage résistant » et les noms de certaines de ces variétés, telles que Solaris et Regent. Ils trouvent que les cépages résistants ont une bonne qualité sensorielle et ils apprécient la nouveauté lors de leurs achats de vins. À l'inverse, le cluster 2 a moins de connaissances sur le vin, dépense moins d'argent pour celui-ci et montre peu d'intérêt pour les variétés inconnues. Enfin, le cluster 3 comprend une plus grande proportion de consommateurs qui considèrent que les cépages résistants ont une qualité sensorielle inférieure et qui achètent rarement du vin dans les supermarchés. Les cluster 1 et 3 sont principalement définis par des attributs sensoriels qui peuvent être prédéterminés par le cépage, mais qui peuvent également être modulés par le vigneron, tels que l'acidité, les notes végétales ou le sucre résiduel. Il est donc difficile de déterminer si ce sont les cépages eux-mêmes ou le style de vin qui ont été préférés.

En ce qui concerne les vins rouges, le cluster 1 préfère les vins issus de cépages résistants (Divico et FRG Cuvée). Le cluster 3, à l'inverse, priviliege les cépages traditionnels. Le cluster 2 a donné des notes plus basses uniformément pour tous les vins. Le cluster 1 comprend principalement des consommateurs germanophones qui connaissent les cépages résistants et qui accordent de l'importance à l'origine, aux étiquettes, à la nouveauté et aux aspects environnementaux. Le cluster 2, principalement composé de Zurichois, ne connaît pas la plupart des cépages résistants (à l'exception du Souvignier gris) et accorde peu d'attention à l'origine du vin. Le cluster 3,

principalement composé de francophones vaudois, comprend des participants plus âgés ayant une meilleure connaissance du vin. Ils privilient la région, le producteur et le cépage, mais sont moins préoccupés par l'environnement. Dans notre étude, compte tenu de la grande différence de couleur entre les vins issus de variétés traditionnelles et ceux issus des variétés résistantes, le regroupement pourrait à nouveau être une réponse aux attributs organoleptiques et non au cépage lui-même. En ce qui concerne les vins rouges, nous concluons que l'influence culturelle basée sur la région et la langue joue un rôle important dans l'acceptation par les consommateurs. La région occidentale de la Suisse peut être caractérisée par une tradition vinicole dominante et un intérêt pour le soutien des producteurs locaux (OSMV, 2024), ce qui pourrait expliquer leur préférence pour des variétés et des profils sensoriels connus. Les régions germanophones de Suisse sont plus ouvertes aux vins nouveaux et inconnus. Ces résultats confirment l'existence de segments de consommateurs favorables aux cépages résistants déjà observés dans la littérature^{3 4}. En outre, on sait qu'au-delà des groupes traditionnels de consommateurs de vin, il existe également un groupe de consommateurs jeunes, curieux et soucieux de l'environnement qui sont très ouverts à l'idée d'essayer des vins nouveaux ou des vins issus de cépages résistants⁵. Ce dernier point offre des opportunités de marketing et souligne l'importance de la dégustation pour impliquer les consommateurs.

Influence de l'information concernant les cépages résistants

Pour vérifier si la connaissance du cépage (résistant ou traditionnel) pouvait influencer l'appréciation des vins, les consommateurs ont été répartis en deux groupes : le premier a reçu l'information selon laquelle le vin dégusté était issu d'un cépage résistant, tandis que le second groupe ne l'a pas reçue. Pour les vins blancs, l'information n'a pas eu d'effet sur l'appréciation. En revanche, pour les vins rouges, un effet significatif a été observé dans le cluster 1, tandis qu'aucun effet significatif n'a été constaté pour les clusters 2 et 3. Dans le cluster 1 des vins rouges, les consommateurs qui savaient que les vins dégustés étaient produits à partir de cépages résistants leur ont attribué des notes significativement plus élevées que ceux qui n'en étaient pas informés. En général, les consommateurs qui connaissaient les noms des cépages résistants avant la dégustation à l'aveugle ont évalué les vins issus de cépage résistant comme étant aussi bons ou meilleurs que les variétés traditionnelles, ce qui indique que cette connaissance préalable peut avoir modifié les préférences globales. Toutefois, l'effet modéré de l'information sur la plupart des consommateurs interrogés suggère que la qualité du vin est l'attribut le plus important pour les consommateurs suisses.

Conclusion

Les différences d'acceptation par les consommateurs entre les vins issus de cépages résistants et ceux issus de cépages traditionnels sont dues à trois facteurs principaux : les attributs sensoriels, leur appartenance à un groupe de consommateurs et leurs connaissances préalables sur les cépages résistants. Pour la plupart des consommateurs, le goût prime sur l'impact environnemental, les informations sur les vins issus de cépages résistants n'ayant eu que peu d'effet. Pour la vente des vins issus de cépages résistants, il convient donc de mettre l'accent sur la qualité sensorielle et la dégustation. La vente directe est donc essentielle pour promouvoir ces nouveaux vins. ■

Remerciements : Nous tenons à remercier Karen Briggs et Marco Vonesch qui ont participé à l'organisation et à la conduite des dégustations. Nous remercions le détaillant suisse qui a fait don des vins pour le projet et les consommateurs qui ont participé au test et ont rendu cette étude possible. Nous remercions également la Fondation Müller-Thurgau, qui a contribué au financement de ce projet.

1 Van Der Meer, M., Weibel, F., Lévite, D., Häseli, A., Vombach D., and D., W. (2010). Acceptation des vins de cépages résistants par les consommateurs - Résultats du projet TOPivi 2007-2008. *Revue suisse de viticulture arboriculture horticulture*, 42(2), 147-150. https://www.revuetitarbohorti.ch/wp-content/uploads/2010_02_f_182.pdf

2 Hoffet, F., Blackford, M., Burdet, F., Steinemann, B., and Mackie-Haas, K. (2021). Vins suisses du futur – quelles sont les attentes des consommatrices et des consommateurs? *Recherche agronomique Suisse*.

3 Biasoto, A. C. T., Netto, F. M., Marques, E. J. N., and da Silva, M. A. P. (2014). Acceptability and preference drivers of red wines produced from *Vitis labrusca* and hybrid grapes. *Food Research International*, 62, 456-466. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2014.03.052>

4 Kiefer, C., and Szolnoki, G. (2023). Consumer Acceptance of Fungus-Resistant Grape Varieties - An Exploratory Study Using Sensory Evaluation Tests among Consumers in Germany. *Sustainability*, 15(13). <https://doi.org/10.3390/su151310664>

5 Hoffet, F., Blackford, M., Burdet, F., Steinemann, B., and Mackie-Haas, K. (2021). Vins suisses du futur – quelles sont les attentes des consommatrices et des consommateurs? *Recherche agronomique Suisse*.