

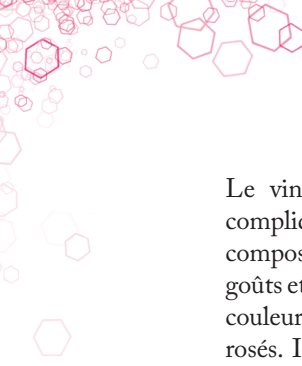
De l'étiquette au verre de vin

+ SCIENCES DE L'ALIMENTATION



Carole HONORE-CHEDOZEAU est œnologue et jeune chercheuse dans l'équipe « Culture, Expertise et Perception » au CSGA à Dijon. Les chercheurs de son équipe étudient comment les gens perçoivent les aliments et les boissons selon leur niveau de connaissances et leurs habitudes de consommation. Carole cherche à comprendre comment des professionnels et des consommateurs classent les vins. Pour cela, elle leur demande de les trier de deux manières : en regardant des étiquettes de vin et en goûtant les vins.

« J'aime chercher à comprendre ce qu'il se passe dans la tête des gens quand ils regardent l'étiquette d'un vin ou quand ils goûtent un verre sans savoir de quel vin il s'agit. »



Le vin est une boisson alcoolisée compliquée à décrire car il est composé d'un grand nombre de goûts et d'arômes. Il existe différentes couleurs de vins : blancs, rouges et rosés. Ils sont produits avec une ou plusieurs variétés de raisins : c'est ce que l'on appelle les cépages. Ces cépages sont cultivés dans différentes régions de production : les vignobles. Cette façon d'organiser les vins en utilisant ces termes s'appelle « la classification des vins ».

Dans sa recherche, Carole essaie de comprendre comment les vins rouges produits dans le Beaujolais sont perçus par les professionnels et les consommateurs de vin. Les professionnels qu'elle interroge sont des vignerons et des œnologues. Du côté des consommateurs, elle distingue les habitants de la région de production et les autres.

Connaissent-ils et utilisent-ils la classification des vins ? De plus, est-ce que tous ces gens classent les vins de la même façon ?

Pour répondre à ces questions, Carole recrute plusieurs dizaines de professionnels et consommateurs de vin pour leur demander de trier de nombreuses étiquettes de vins rouges. Elle leur pose ensuite plusieurs questions pour savoir comment ils ont trié les vins. D'autre part, elle leur demande de trier des vins en les dégustant.

Ces résultats vont lui permettre de savoir comment sont perçus les vins rouges du Beaujolais et d'apporter des informations auprès des professionnels de vin sur le système de classement et sur la perception de ces vins par les professionnels et différents types de consommateurs.

Les objectifs

- + Comprendre comment les professionnels et les consommateurs classent les vins rouges
- + Savoir s'il y a des différences lorsque les vins sont triés en fonction de l'étiquette ou en fonction des vins eux-mêmes
- + Comparer les résultats entre les professionnels du vin, les consommateurs qui habitent dans la région de production des vins et ceux qui sont très éloignés de cette région