

# La première appellation testée et approuvée

*The first appellation to be tested and approved*

*\* Sud de France*

[www.languedoc-wines.com](http://www.languedoc-wines.com)



# Les objectifs de l'étude **CIVL-TRAGON**

# Placer les consommateurs au cœur du projet

---

1. Définir un positionnement organoleptique précis (reflet de la typicité des cépages et terroirs languedociens), différenciant, réaliste, élément repère d'une catégorie AOC Languedoc à la qualité homogène.
2. A partir de ce profil, cerner les nuances adaptées à chaque marché et segment de marché.
3. Connaître les attentes sensorielles des consommateurs en matière de vin Premium et plus particulièrement leurs attentes liées à une nouvelle appellation d'origine du Sud de la France.
4. Mesurer les différences de perception d'un même vin selon les pays et les différentes catégories de consommateurs.
5. Donner aux vignerons et metteurs en marché des éléments clés de compréhension des attentes consommateurs pour le développement de leurs nouvelles références.

# Une grande 1<sup>ère</sup> française!

La 1<sup>ère</sup> fois en France et à l'international qu'une interprofession mène une telle étude.

La 1<sup>ère</sup> fois en France qu'un projet d'appellation d'origine intègre autant en amont la dimension sensorielle perçue par le consommateur.

La 1<sup>ère</sup> fois en France que des vignerons et des négociants peuvent s'appuyer sur une telle étude.

La 1<sup>ère</sup> fois qu'une appellation d'origine française est

« Testée et approuvée »!

---

Et maintenant place aux résultats...

.... Place aux consommateurs!

# Méthodologie

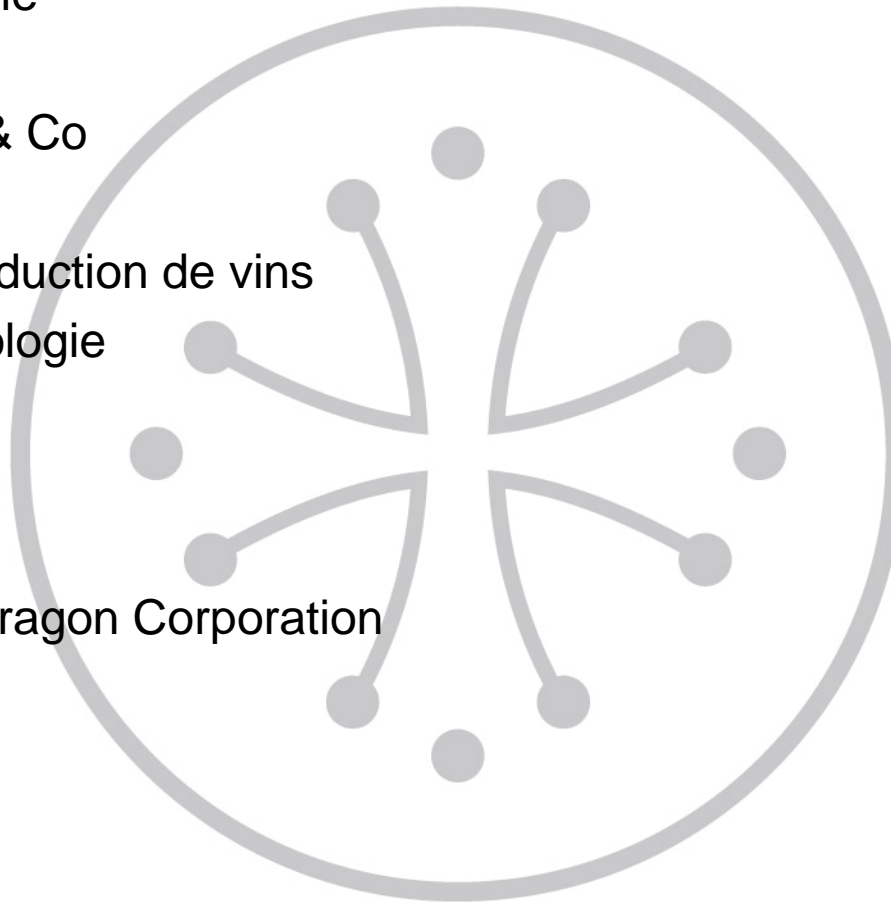
## Laurent LYOTHIER



Ingénieur Agronome  
Œnologue  
Dirigeant de Vitis & Co

Expérience de production de vins  
Formateur en œnologie  
Consulting

Partenariat avec Tragon Corporation



# Méthodologie

## TRAGON Corporation



Cabinet américain d'études de marché  
Domaine d'excellence : l'analyse sensorielle

30 ans d'expérience

Nombreuses publications et interventions d'ordre scientifique

Analyse sensorielle descriptive et hédonique

Secteur des boissons alcoolisées et du vin :

Clients prestigieux et de dimension internationale

Exemple de Beringer / Fosters Wine Estates

Interventions lors de colloques, réalisation d'études auto-financées

Deux œnologues chargés de clientèle :

Jane Robichaud (Beringer)

Laurent Lyothier (Chandon), consultant indépendant

# Méthodologie Étude CIVL

1. **Benchmark et analyse sensorielle descriptive réalisés par le CIVL**
2. **Identification et élaboration de 4 styles de vins par le CIVL**
3. **Recrutement des consommateurs**
4. **Élaboration des questionnaires**
5. **Séances de dégustation**
6. **Recueil d'informations œnologiques**
7. **Analyse statistique, Interprétation, Rapport**

# Méthodologie

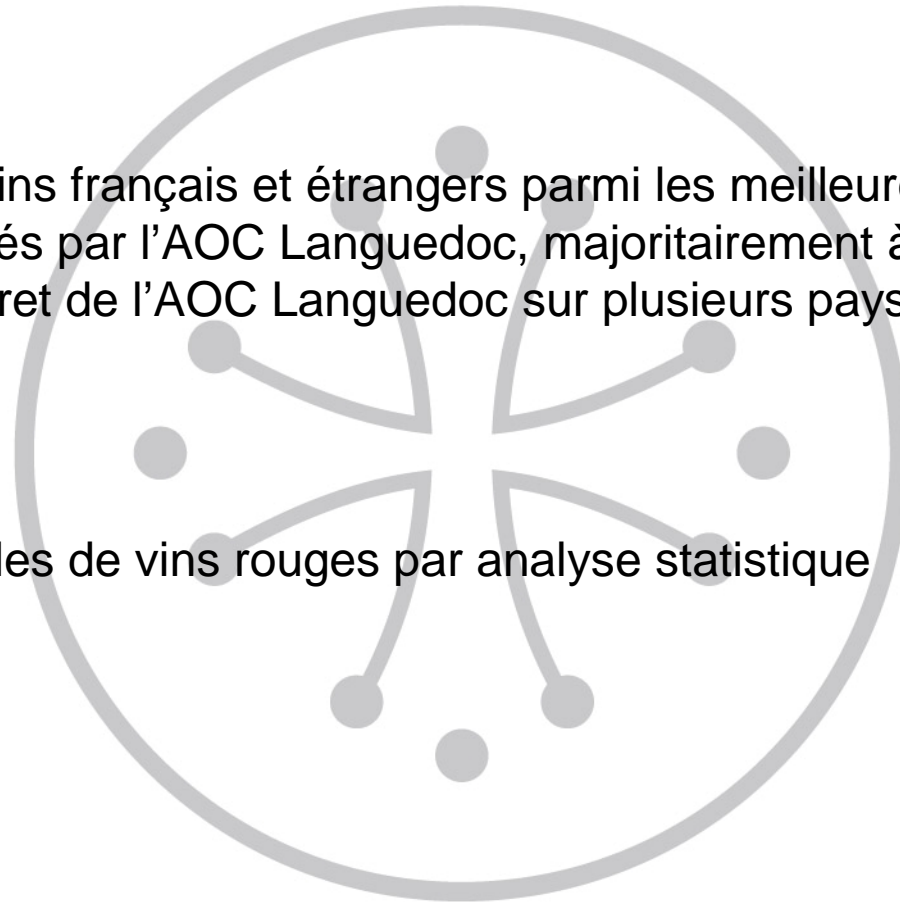
## Benchmarking et Identification de 4 styles de Vins



Benchmarking :

Dégustation de 120 vins français et étrangers parmi les meilleures ventes sur les segments de prix ciblés par l'AOC Languedoc, majoritairement à base de cépages autorisés dans le décret de l'AOC Languedoc sur plusieurs pays cibles.

Identification de 4 styles de vins rouges par analyse statistique



# Méthodologie

## Critères de Recrutement

300 consommateurs : 100 à Chicago, 100 à Londres et 100 à Paris :

- Ages : 25 à 45 ans
- Sexe : 40% hommes et 60% femmes
- Consommateurs de vins rouges : au minimum 2 fois par mois
- Achats :
  - Doivent acheter du vin au moins une fois par mois
  - UK + USA : doivent avoir acheté au minimum un vin importé lors des 3 derniers mois
  - Off-premise (caviste, supermarché ...) / on-premise (restaurant, bar à vins ...)
    - USA : au minimum 50% des achats en off-premise
    - UK + France : au minimum 50% des achats en grande distribution

• Prix

	60 %	40 %
FRANCE	2,0 – 4,0 €	4,0 – 8,0 €
UK	£ 3,99 – 5,99	£ 5,99 – 8,99
USA	\$ 5,49 – 7,99	\$ 7,99 – 9,99

- Revenu, niveau d'éducation, CSP :
  - USA + UK : diplômé du "College"
  - France : "Catégories Socio Professionnelles" B et C

# Méthodologie

## Lecture des résultats / Benchmark

### 1. Échelle hédonique

3. Please taste the wine in front of you, and mark the one phrase that best describes your **overall opinion** about the wine you just tasted.

Dislike Extremely	Dislike Very Much	Dislike Moderately	Dislike Slightly	Neither Like nor Dislike	Like Slightly	Like Moderately	Like Very Much	Like Extremely
@	@	@	@	@	@	@	@	@

### Résultats numériques (1 à 9)

Valeur minimum recommandée : 6,0

### 2. Diagnostic sensoriel

	Not At All Fruity Enough	Not Quite Fruity Enough	Just About Right	Slightly Too Fruity	Much Too Fruity
3. FRUITY FLAVOR	@	@	@	@	@

JAR (Just About Right) : minimum 50 %

Benchmark hédonique : exemple d'une étude UK en 2005 (vins français et autres origines)

Minimum : 4,9 et Maximum : 6,5

Vins du Languedoc : 6,2 - 6,1

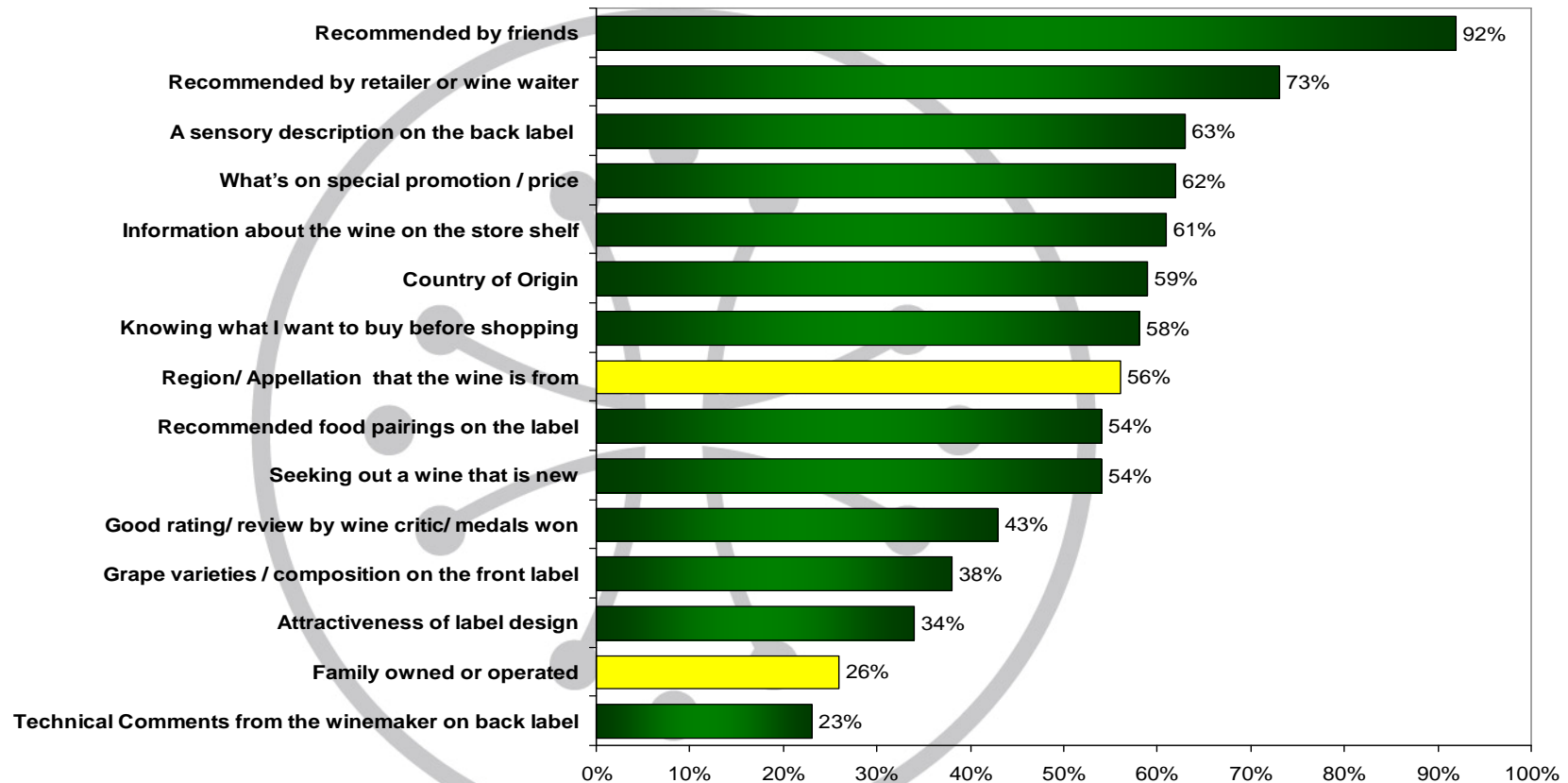
Vins de Bordeaux : 5,6 - 5,2 - 4,9

# Usage et Attitude

## Illustration de l'effet pays (éducation) . USA



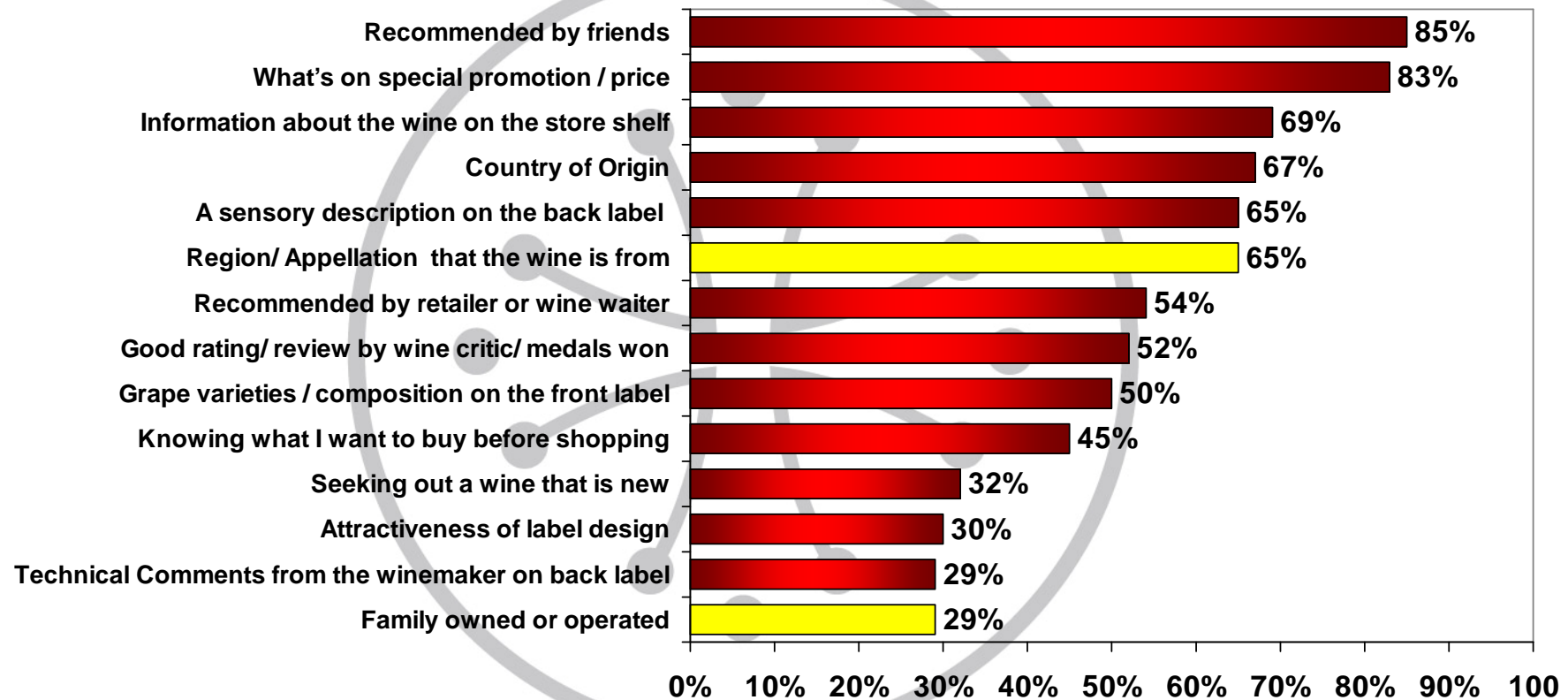
*Dans votre décision d'achat de vin, quelle est l'importance des facteurs suivants ?*



# Usage et Attitude

## Illustration de l'effet pays (éducation) . UK

*Dans votre décision d'achat de vin, quelle est l'importance des facteurs suivants ?*

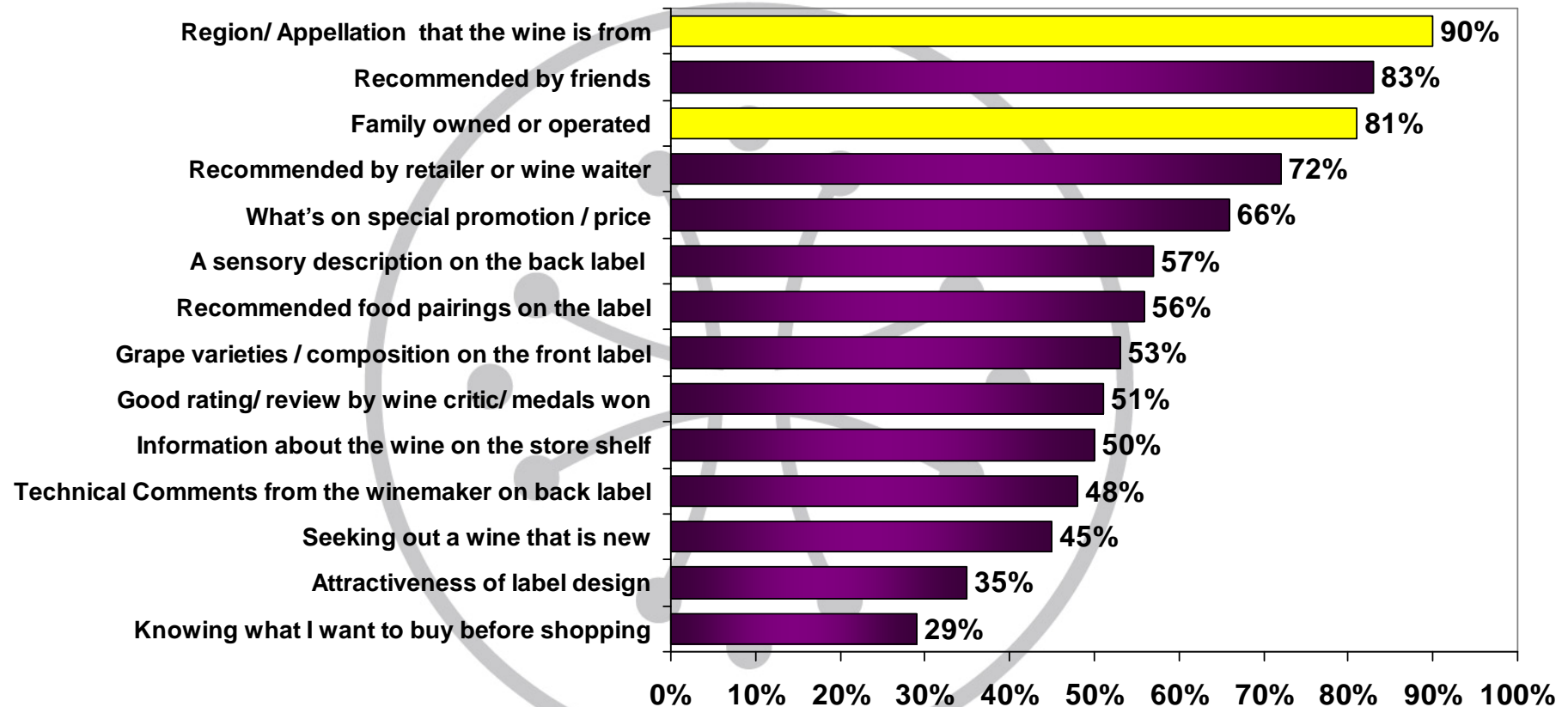


# Usage et Attitude

## Illustration de l'effet pays (éducation) . FRANCE

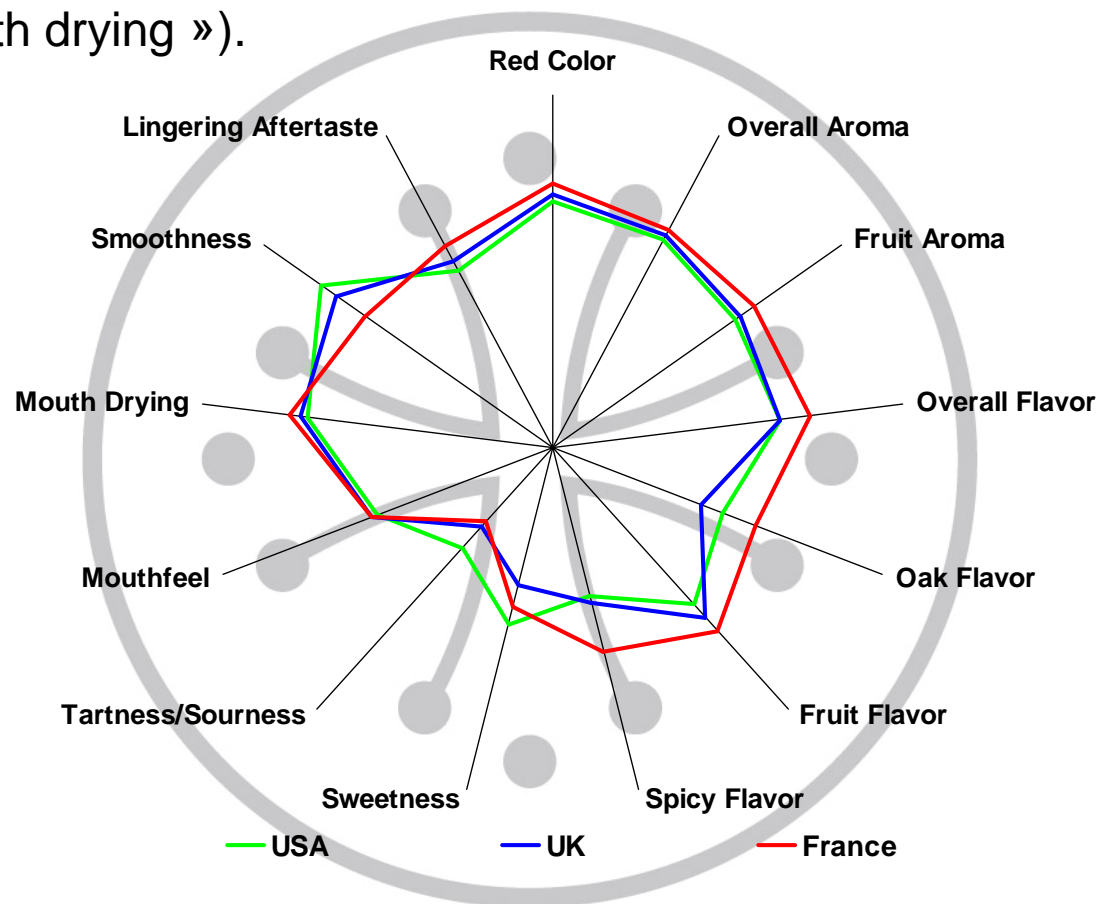


*Dans votre décision d'achat de vin, quelle est l'importance des facteurs suivants ?*



## Le vin rouge idéal - Effet pays

Pour les français, le vin rouge idéal serait plus épicé, moins soyeux, plus boisé que le vin idéal des anglais et des américains. Pour tous, le vin rouge idéal serait assez tannique (« mouth drying »).



# Dégustation des vins de l'étude

---

Nous venons de montrer que :

1. Les critères d'achat diffèrent beaucoup entre les 3 pays étudiés
2. La perception du vin rouge idéal diffère également entre les 3 pays (et de façon très significative pour certains critères)

Qu'en est-il réellement de l'appréciation sensorielle des 4 vins rouges de l'AOC Languedoc testés à l'aveugle ?

**Dégustons d'abord ces vins.**

# Présentation des vins de l'étude

Élaborés à partir d'assemblages existants, en volumes importants et dans les règles de l'AOC Languedoc

## Style AOC Languedoc 1 :

Carignan 40%, Syrah 30%, Grenache 30%

Vinification traditionnelle et vinification en Flash Détente

Style de vin : fruité, souple, frais et gouleyant

## Style AOC Languedoc 3 :

Syrah 50%, Grenache 25%, Carignan 25%

Vinification traditionnelle avec macération pré-fermentaire à froid et vinification en macération carbonique

Style : fruits mûrs, concentré et charpenté

## Style AOC Languedoc 2 :

Syrah 70%, Grenache 30%

Vinification traditionnelle

Style : fruité, garrigue, vif et minéral

## Style AOC Languedoc 4 :

Syrah 60%, Grenache 40%

Vinification traditionnelle avec macération pré-fermentaire à froid

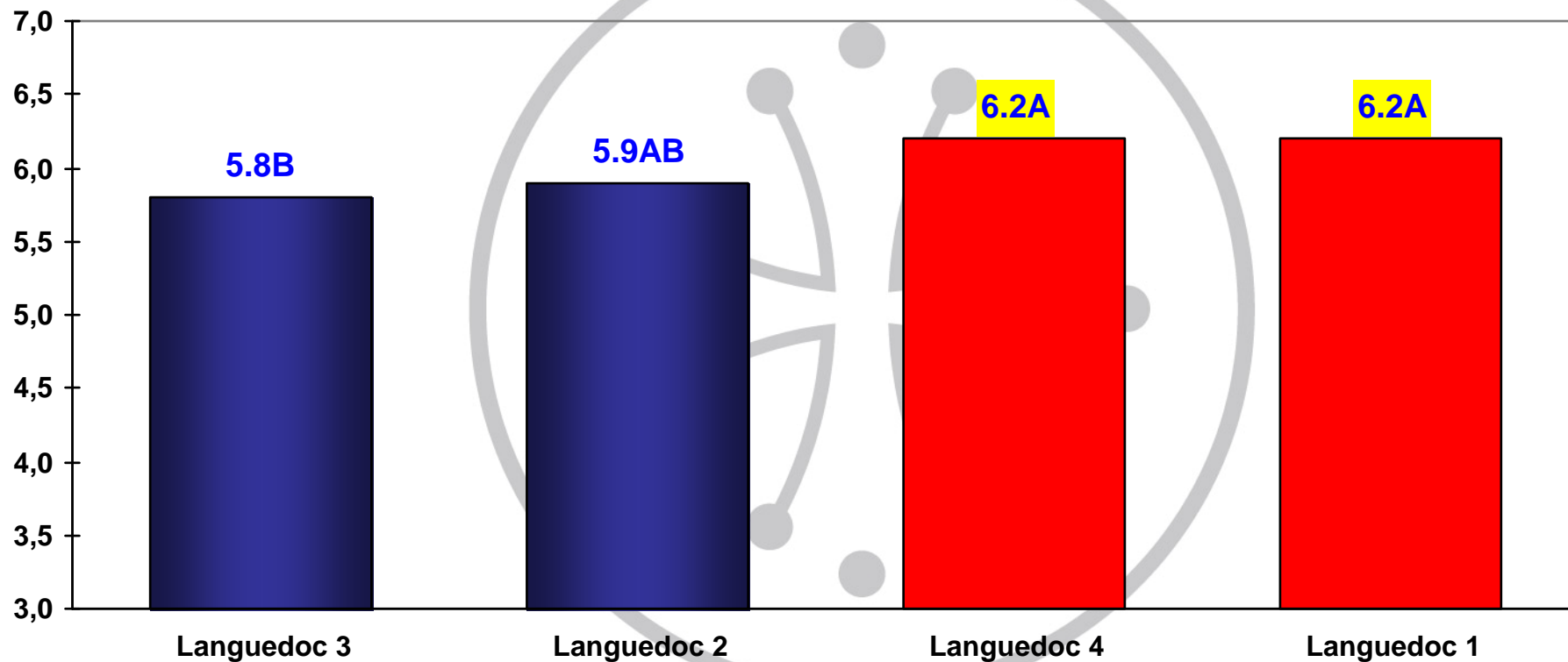
Style : fruits mûrs, notes toastées et grillées, charpenté et gras

# Principaux résultats

## Échantillon total

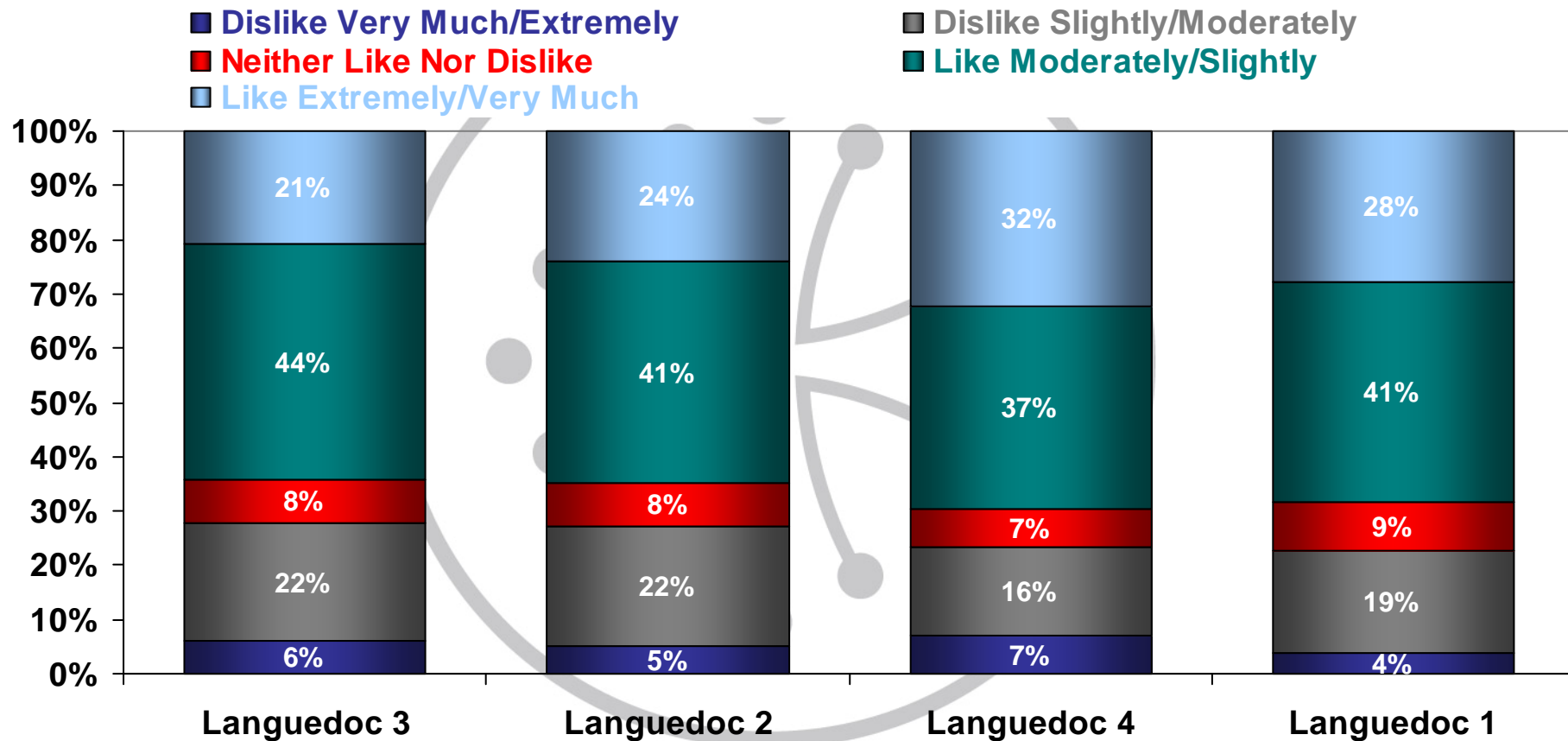
2 styles de vin AOC Languedoc élus dès le premier tour...

... et 2 styles de vin AOC Languedoc en ballottage très favorable



# Principaux Résultats Échantillon Total

A chaque style de vin AOC Languedoc, un solide socle d'électeurs inconditionnels



# Principaux Résultats

## Échantillon Total : diagnostic sensoriel (1/3)



Les 4 profils ont une excellente couleur, une bonne intensité aromatique, pouvant être un peu plus forte au nez et plus faible en bouche.

Les vins préférés sont les plus fruités. Le terme épicé est peut-être moins bien compris par les consommateurs.

	Languedoc 3	Languedoc 2	Languedoc 4	Languedoc 1
<b>OVERALL OPINION</b>	5.8	5.9	6.2	6.2
<b>OVERALL COLOR</b>				
Too Dark	16%	24%	19%	14%
Just About Right	<b>72%</b>	<b>68%</b>	<b>73%</b>	<b>73%</b>
Too Light	11%	7%	8%	13%
<b>OVERALL AROMA</b>				
Too Strong	19%	18%	20%	14%
Just About Right	<b>54%</b>	<b>55%</b>	<b>51%</b>	<b>53%</b>
Too Weak	27%	27%	28%	32%
<b>OVERALL FLAVOR</b>				
Too Strong	34%	33%	31%	24%
Just About Right	45%	<b>50%</b>	<b>55%</b>	<b>53%</b>
Too Weak	20%	17%	14%	23%
<b>FRUITY FLAVOR</b>				
Too Fruity	11%	7%	14%	4%
Just About Right	41%	40%	<b>50%</b>	<b>51%</b>
Not Fruity Enough	48%	53%	36%	45%
<b>SPICY (black pepper)</b>				
Too Spicy	29%	22%	24%	19%
Just About Right	46%	<b>51%</b>	<b>55%</b>	<b>54%</b>
Not Spicy Enough	25%	26%	21%	27%

# Principaux Résultats

## Échantillon Total : diagnostic sensoriel (2/3)



Les 4 profils ont une bonne concentration / richesse en bouche (« mouthfeel / body ») et pourraient probablement l'être encore davantage.

Les profils préférés sont ceux qui présentent la plus forte sucrosité (« sweetness ») et un côté un peu moins tannique / asséchant (« tannic / mouthdrying sensation »).

	Languedoc 3	Languedoc 2	Languedoc 4	Languedoc 1
<b>SWEETNESS</b>				
Too Sweet	5%	5%	11%	7%
Just About Right	<b>51%</b>	46%	<b>57%</b>	<b>58%</b>
Not Sweet Enough	43%	50%	32%	35%
<b>SOUR/TART</b>				
Extremely/Very Sour/Tart	<b>36%</b>	<b>33%</b>	27%	24%
Just About Right	45%	49%	47%	43%
Not Very/Not At All Sour/Tart	19%	18%	26%	<b>33%</b>
<b>MOUTHFEEL/BODY</b>				
Too Thick	15%	15%	16%	7%
Just About Right	<b>54%</b>	<b>52%</b>	<b>57%</b>	<b>55%</b>
Too Thin	30%	32%	27%	37%
<b>TANNIC/MOUTH DRYING SENSATION</b>				
Extremely/Very Tannic/Drying	<b>32%</b>	<b>31%</b>	25%	16%
Just About Right	46%	46%	45%	46%
Not Very/Not At All Tannic/Drying	22%	23%	29%	<b>37%</b>

# Principaux Résultats

## Échantillon Total : diagnostic sensoriel (3/3)



Avec leurs différences et pour chacun des points d'amélioration possible, les 4 nuances d'AOC Languedoc sont jugées équilibrées.

Les vins préférés sont bien ceux qui laissent un arrière goût (« aftertaste ») le plus agréable (il n'y a pas de différence majeure en terme de longueur en bouche « length of aftertaste »).

	Languedoc 3	Languedoc 2	Languedoc 4	Languedoc 1
<b>BALANCE</b>				
Very Balanced	21%	21%	33%	27%
Somewhat Balanced	55%	58%	51%	54%
Not At All Balanced	24%	21%	16%	18%
<b>AFTERTASTE</b>				
Pleasant	31%	36%	44%	41%
Neither Pleasant nor Unpleasant	31%	34%	32%	34%
Unpleasant	38%	30%	24%	25%
<b>LENGTH OF AFTERTASTE</b>				
Lingers A Long Time	17%	15%	17%	13%
Lingers Moderately	49%	44%	48%	50%
Lingers A Short Time	28%	33%	29%	32%
Does Not Linger At All	6%	7%	5%	4%

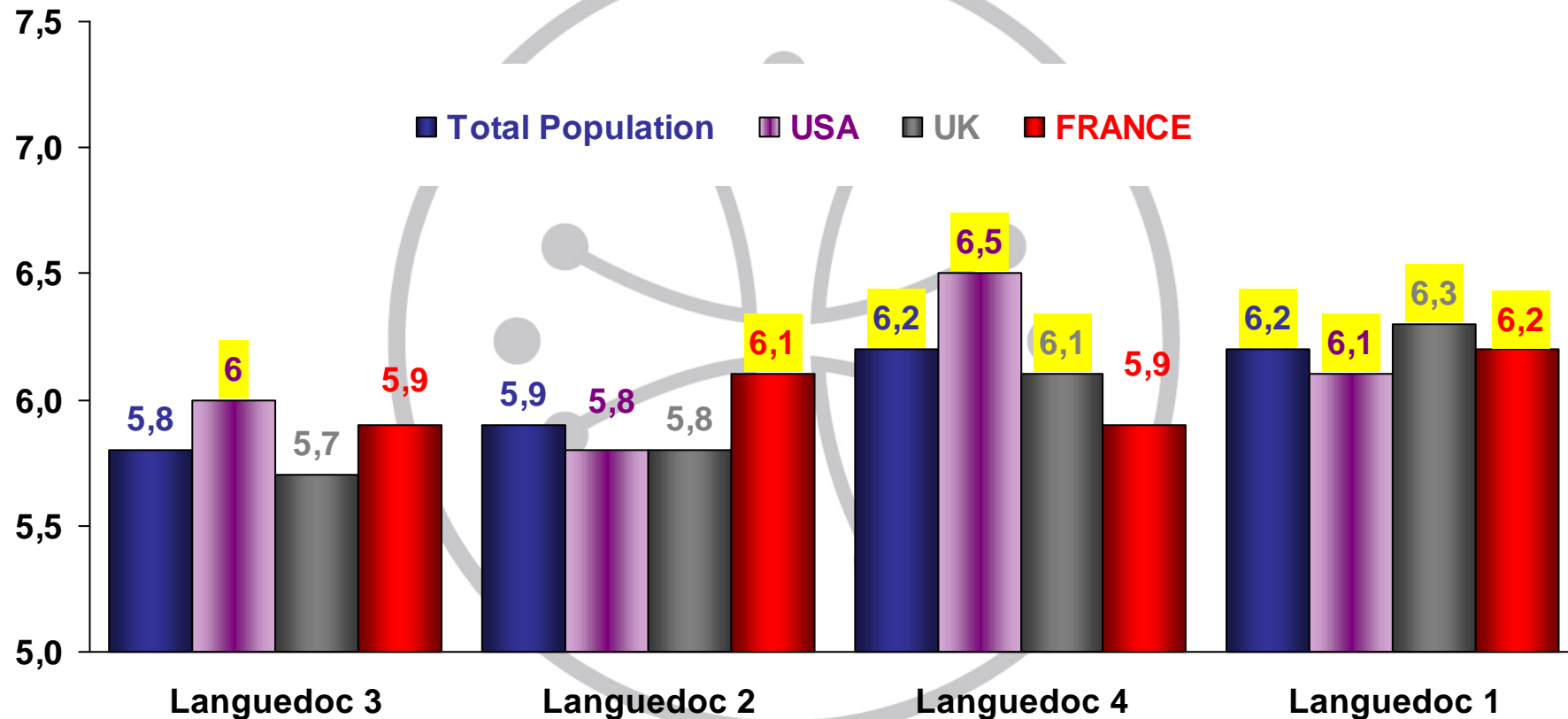
# Principaux résultats

## Par pays

Chaque style de vin AOC Languedoc séduit au minimum un des pays ciblés

Un bel avenir pour les styles de vin AOC Languedoc 1 et 4 ....

... notamment pour ce dernier, sur un marché très porteur : les USA



# Principaux résultats

## Exemple : synthèse de diagnostic sensoriel USA



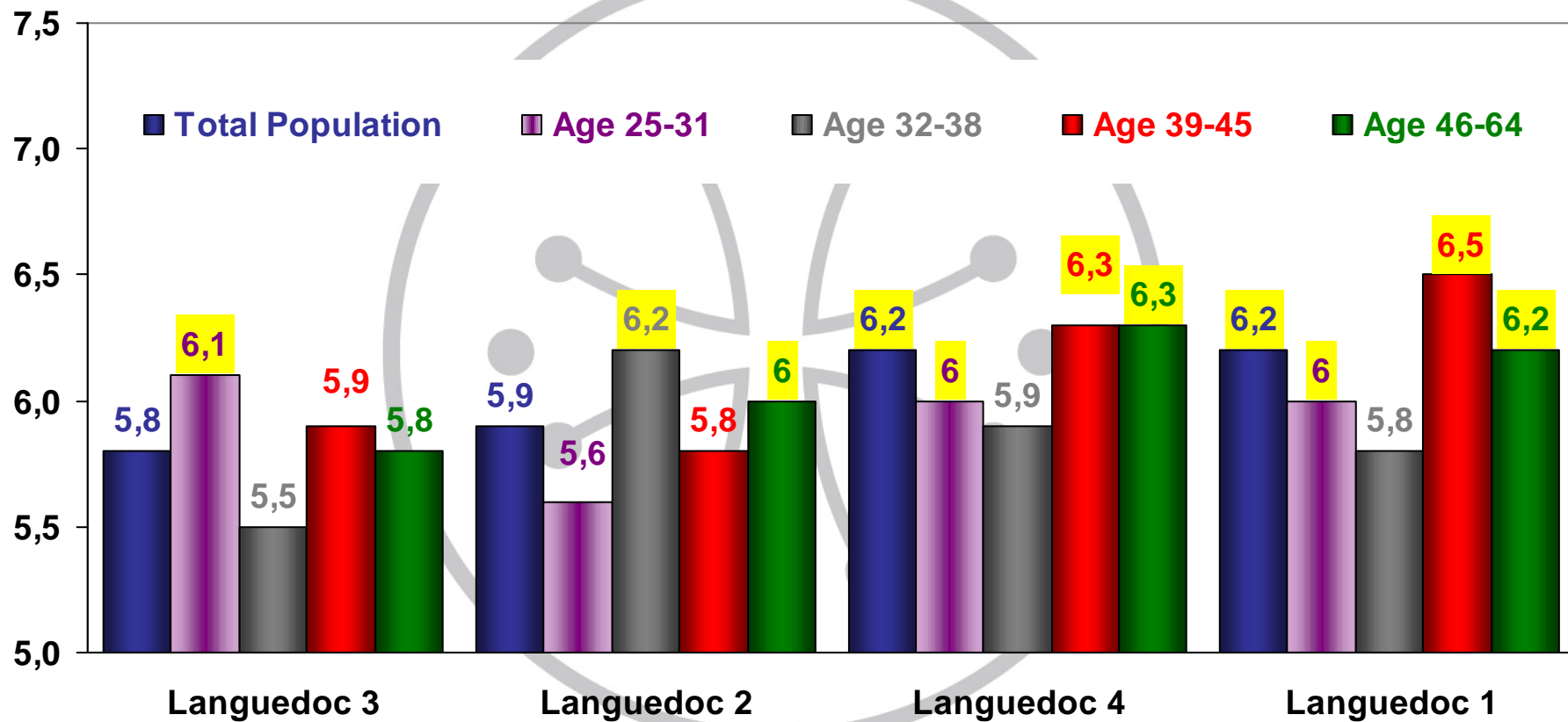
Recommandations pour optimiser le score hédonique sur les USA de chaque style de vin rouge AOC Languedoc ... dont 3 d'entre eux ont déjà des profils organoleptiques « approuvés » par la cible étudiée.

	Languedoc 2	Languedoc 3	Languedoc 1	Languedoc 4
OVERALL OPINION	5,8	6,0	6,1	<b>6,5</b>
OVERALL COLOR	JAR	JAR	JAR	JAR
OVERALL AROMA	JAR	JAR	JAR	JAR
OVERALL FLAVOR	JAR	JAR	JAR	JAR
FRUITY FLAVOR	↑	↑	↑	↑
SPICY (black pepper)	↑	JAR	JAR	JAR
SWEETNESS	JAR	↑	↑	JAR
SOUR / TART	↑	JAR	JAR	↑
TANNIC	↑	?	?	↑
MOUTHFEEL/BODY	JAR	JAR	JAR	JAR

# Principaux résultats

## Par groupe d'âge

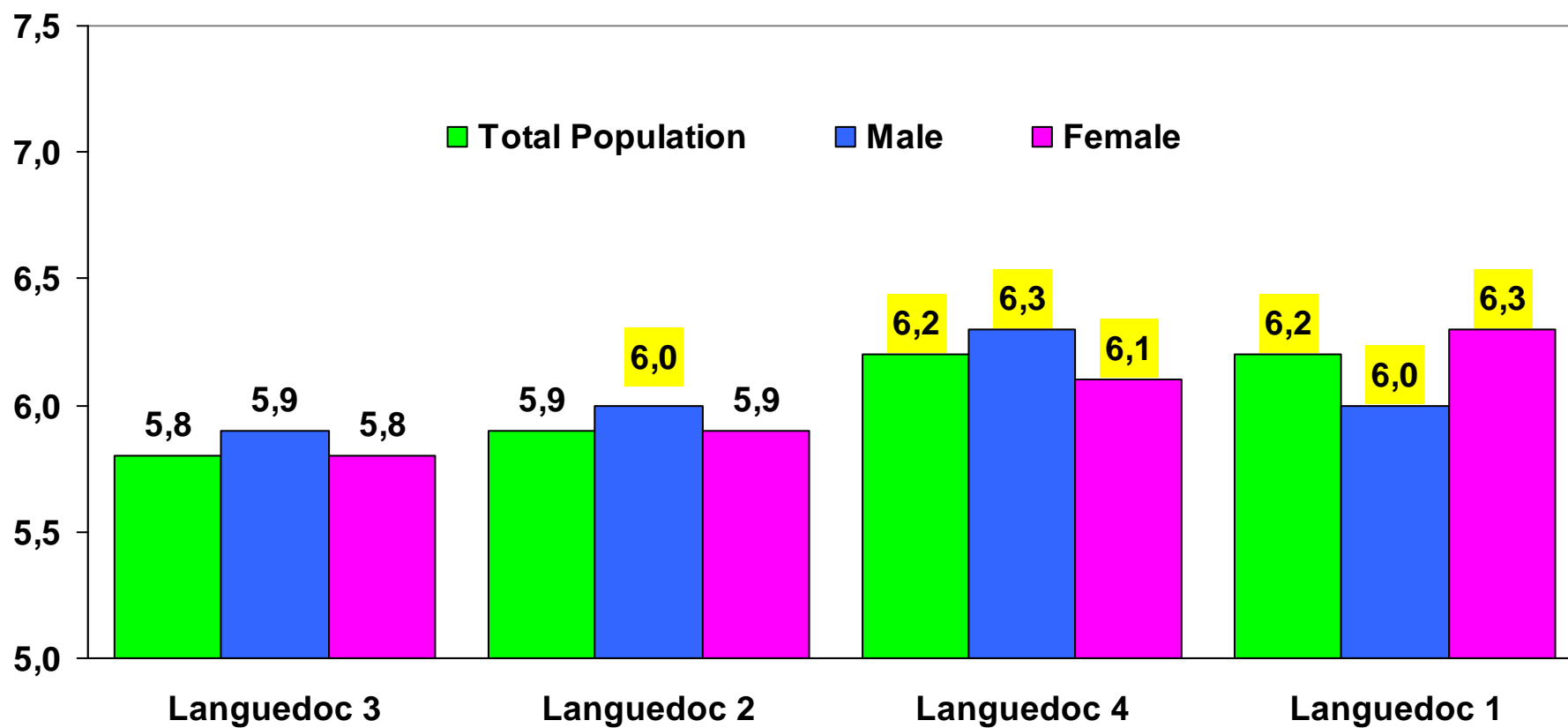
Des vins plutôt plébiscités par les + de 39 ans, même si 3 vins ont une note supérieure à 6 sur les 25-31 ans



# Principaux résultats

## Par sexe

Globalement, peu de différences entre hommes et femmes ...

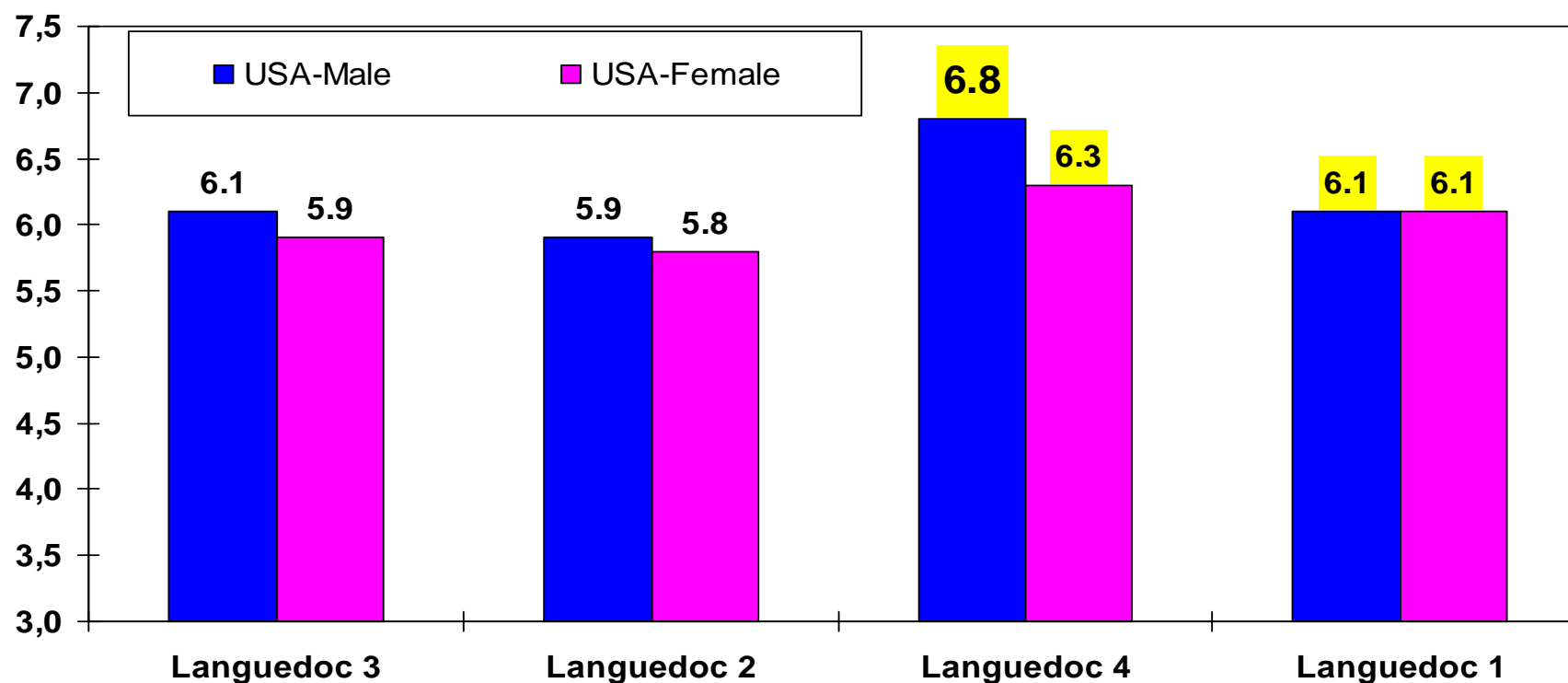


# Principaux résultats

## Par sexe pour les USA

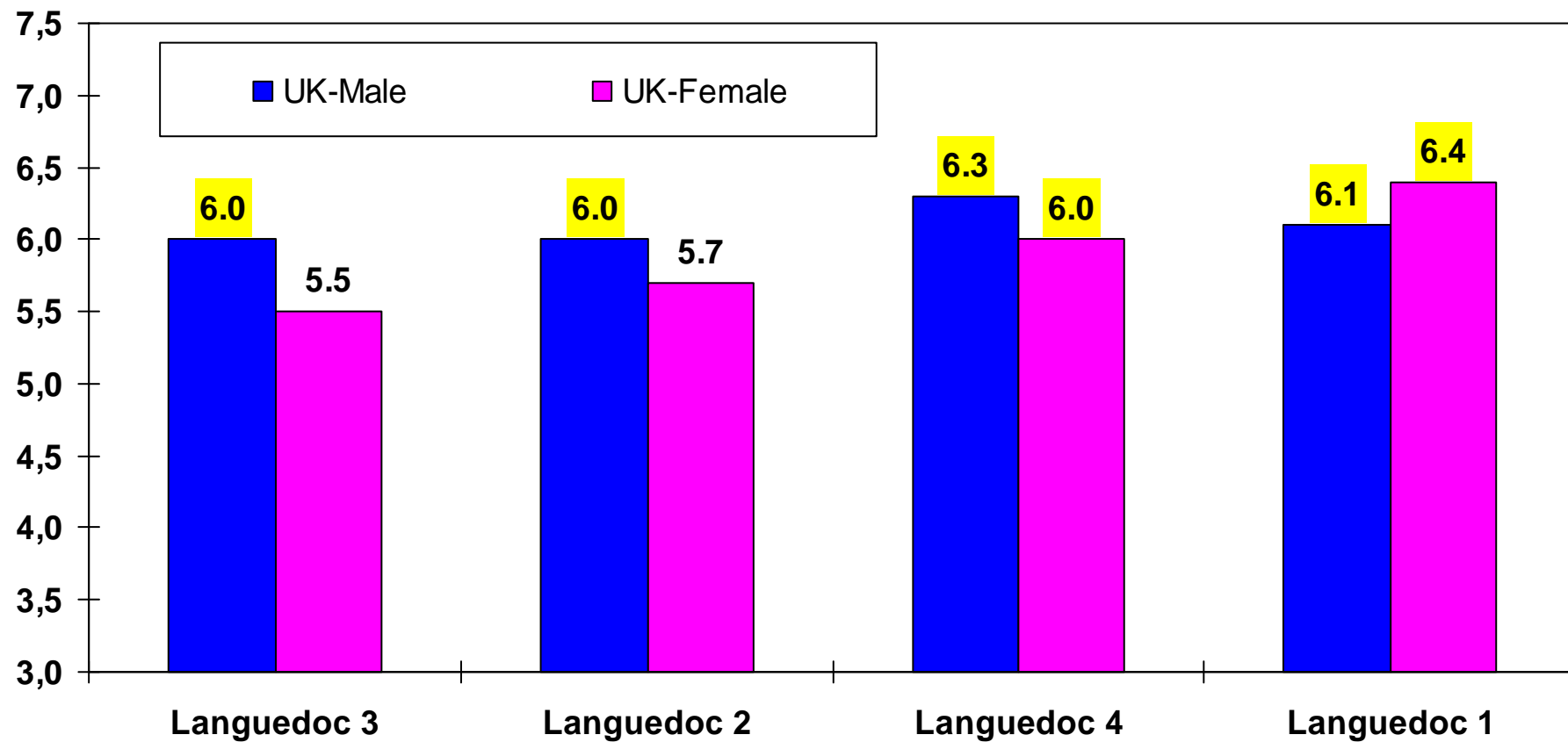
Globalement, peu de différences entre hommes et femmes ...

... mais qui mettent en avant des segments très intéressants par pays.

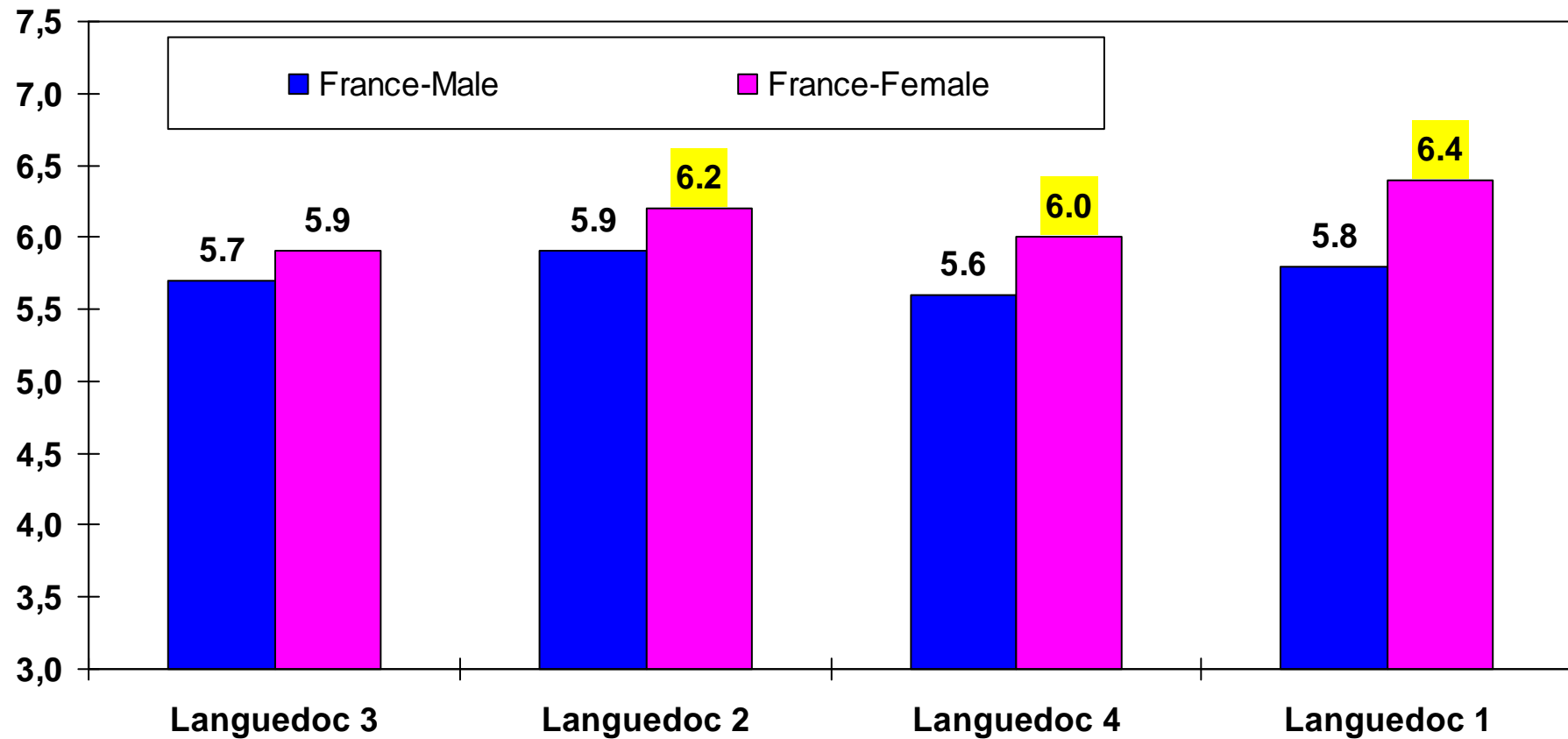


# Principaux résultats

## Par sexe pour l'Angleterre



# Principaux résultats Par sexe pour la France



# Principaux résultats

## Synthèse

Des scores convaincants pour ces 4 nuances de vins d'AOC Languedoc

Assez peu de différences entre pays, mais des nuances intéressantes en fonction de chaque segment de consommateurs

En dehors du croisement possible des données avec les CSP, les meilleurs scores sont à attendre pour :

### Style AOC Languedoc 1 :

toutes catégories, surtout les + de 39 ans, femmes françaises et anglaises

### Style AOC Languedoc 3 :

plutôt les 25-31 ans, hommes américains et anglais

### Style AOC Languedoc 2 :

plutôt la France, les 32-38 ans, femmes françaises et hommes anglais

### Style AOC Languedoc 4 :

toutes catégories, surtout les + de 39 ans, hommes anglais et américains

# Conclusions

- 1 - Globalement le profil organoleptique pilier de l'appellation LANGUEDOC est accepté par les consommateurs :  
Deux des 4 nuances de vins AOC Languedoc passent au « Premier Tour ».  
Les deux autres nuances sont en ballottage très favorable.
- 2 - Les 4 nuances apportent des solutions adaptées aux besoins spécifiques de chaque marché et segment de marché.
- 3 - Des solutions qui s'appuient sur la richesse des terroirs et cépages de l'AOC LANGUEDOC.
- 4 - Un outil précieux qui permettra aux vignerons et négociants d'ajuster au mieux leur développement de nouvelles références AOC LANGUEDOC et ce, dès le millésime 2007 (relais information vignoble dès juillet 2007).

## Contacts

---

Laurent LYOTHIER  
Société VITIS AND CO  
Tel 06.64.71.59.29  
Email [laurent@vco.fr](mailto:laurent@vco.fr)

TRAGON Corporation  
04.79.62.54.43  
[llyothier@tragon.com](mailto:llyothier@tragon.com)

Thierry MELLENOTTE  
CIVL  
Tel 04. 68.90.38.30  
Email [tmellenotte@languedoc-wines.com](mailto:tmellenotte@languedoc-wines.com)

