

La minéralité des vins : exploitation de sémantique cognitive d'une étude consommateurs

Pascale Deneulin^{1,4,5}, Guillaume Le Bras², Yves Le Fur³, Laurent Gautier⁴, François Bavaud⁵

¹ Changins – Haute école de Viticulture et Œnologie – Nyon – Suisse.

² Institut Œnologique de Champagne – Mellecey – France.

³ AgroSup – Dijon – France.

⁴ Université de Bourgogne – Dijon – France.

⁵ Université de Lausanne – Suisse.

Introduction

Le mot « minéralité » a pris une place prépondérante dans les commentaires de dégustation, dans les discours marketing ou dans les supports de communication dédiés au vin. L'étude du discours ambiant met en évidence le manque de consensus autour de cette notion (Gautier, Le Fur, Robillard, 2014) qui apparaît toutefois associée à un versant qualitatif des vins. Après une époque où les vins concentrés, ronds ou moelleux ont dominé le marché mondial, on constate un changement des goûts avec une recherche de vins plus équilibrés, plus subtils, plus épurés (Silvestre, 2010) et offrant une plus grande « buvabilité » (mot ayant également fait son apparition ces dernières années).

À première vue, cette notion semble répondre à cette demande mais également à la recherche d'authenticité, de lien au terroir. Ainsi, la minéralité semble mêler conjointement des aspects sensoriels, viticoles et émotionnels. Cet article présente la première étape d'un projet pluridisciplinaire visant à définir la minéralité du point de vue des représentations mentales, des caractéristiques sensorielles, œnologiques et viticoles. Nous exposons ici les différentes images associées à cette notion de minéralité définies hors situation de dégustation. Cette étude met en évidence l'apport de la sémantique cognitive pour expliciter un concept émergeant dans le monde du vin.

Matériel et méthodes

Pour accéder aux représentations mentales associées à la notion de minéralité dans les vins, une enquête qualitative basée sur des questions ouvertes a été diffusée en ligne entre 2011 et 2012 auprès de consommateurs français et suisses. La première partie sociodémographique incluait des questions sur les comportements d'achat et de consommation tandis que la seconde partie était composée de trois questions ouvertes. La diversité des expressions en discours et les profils combinatoires des mots « minéralité » et « minéral » permettent d'identifier les différentes significations du concept et les représentations cognitives associées. Pour cela, trois questions différentes ont été formulées afin de conduire les répondants à construire et structurer leurs réponses : i) Si je vous parle de minéralité à propos de vin, à quoi cela vous fait-il penser ? ii) Imaginez que vous ayez à expliquer à un ami ce qu'est la minéralité d'un vin. Pour lui expliquer, vous donnez une définition, iii) vous citez des synonymes.

La formulation des questions a été pensée de manière à ne pas limiter les réponses à un certain type de vin. La première question devait permettre aux répondants de s'exprimer le plus librement possible avec un niveau d'implication personnel important. Ils étaient implicitement

encouragés à verbaliser toutes les idées, tous les exemples, les expériences œnologiques ou personnelles qui leur venaient spontanément à l'esprit : ils procédaient ainsi par association d'idées. La deuxième question représentait un exercice cognitif plus contraignant et plus exigeant. Les répondants étaient amenés à formuler une définition précise en se référant éventuellement à leurs pré-acquis. Cela supposait une forme de détachement couplée à plus de précision et moins de références personnelles. Enfin, la dernière question avait pour but de générer des synonymes. Les réponses à ces trois questions composent trois sous-corpus de

parole analysés séparément et nommés respectivement *évo-cation*, *définition* et *synonyme*. L'analyse des sous-corpus s'est faite au moyen de cartes et de réseaux textuels (Deneulin, Gautier, le Fur, Bavaud, 2014) permettant de mettre en évidence différentes communautés de mots s'interprétant comme différents modes de conceptualisation de la minéralité. 1697 consommateurs ont répondu à cette enquête dont 353 consommateurs suisses francophones. Les femmes représentent 53 % de l'ensemble des répondants et toutes les classes d'âges sont représentées avec une majorité de 30 à 50 ans (46 %) et une minorité de moins de 20 ans (0,3 %) ou de



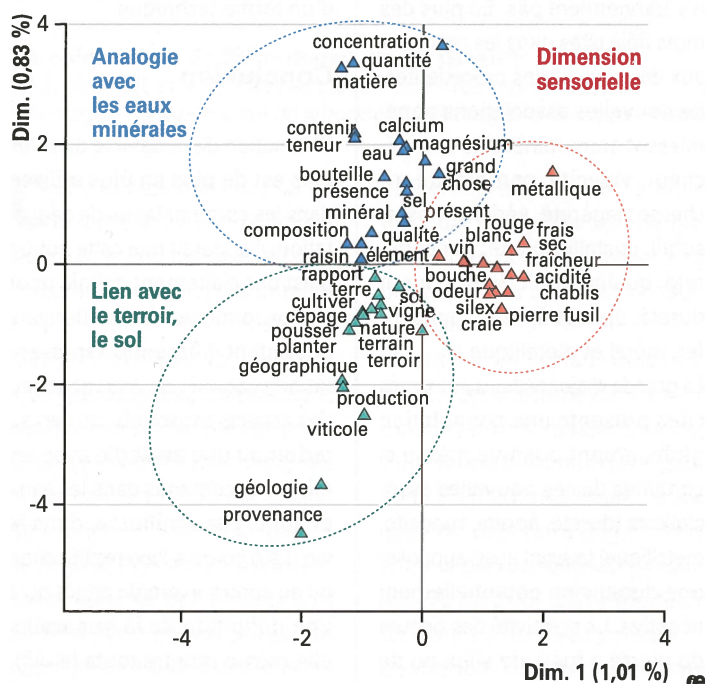
SOURCE : PASCALE DENEULIN

■ **Tableau 1 : Effectifs comparés des réponses lexicales lemmatisées.**

Hapax = nombre de mots n'apparaissant qu'une seule fois.

	N = Nombre de mots	V = Variété	Hapax
Évocation	14293	1667	838
Définition	15488	1691	812
Synonyme	5156	1002	582

■ **Figure 1 : Principaux champs sémantiques évoqués par les consommateurs pour parler de la minéralité dans les vins.**



plus de 70 ans (2 %). Les répondants se déclarent principalement amateurs débutants (50 %) ou amateurs éclairés (31 %) et dans une moindre mesure néophytes (17 %) ou experts (2 %).

Taille et variété des réponses lexicales

Préalablement au traitement, les fautes d'orthographe ont été corrigées et les réponses de type points d'interrogation ou de suspension ont été codées afin d'être conservées dans la suite de l'analyse. Le corpus complet est riche de 69'677

unités graphiques représentant 4'047 mots différents. Pour permettre une analyse statistique, les mots ont ensuite été lemmatisés, c'est-à-dire convertis dans une forme standardisée (verbe à l'infinitif, nom au singulier, adjectif au masculin singulier). Seuls les noms communs, noms propres, adjectifs, verbes et quelques adverbess jugés pertinents ont été conservés pour la suite de l'étude. Les deux sous-corpus *évocation* et *définition* apparaissent de taille et de variété comparable (**tableau 1**). La moindre taille du sous-corpus *synonyme* s'explique par la nature

même des réponses. Les répondants ont formulé des listes de termes sans construire de véritables phrases. Toutefois, ce sous-corpus est assez varié avec un fort nombre d'hapax (mots n'apparaissant qu'une seule fois) rapporté au nombre de mots.

Sous-corpus évocation

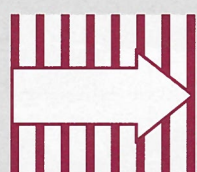
7 % des répondants ne sont pas en mesure de verbaliser ce à quoi leur fait penser la minéralité dans les vins. Leurs réponses se traduisent par des signes d'indétermination tels que des points d'interrogation ou de suspension ou des réponses comme « je n'ai aucune idée », « pas grand-chose », « rien de précis », etc. Cette notion semble également assez difficile à évoquer et reste subjective. Pour les autres répondants, la minéralité se révèle être associée à trois principaux champs sémantiques (**figure 1**).

Le premier champ sémantique montre un recours à l'analogie avec les eaux minérales (83 citations). « Minéralité » est un mot particulièrement employé pour décrire et différencier les eaux minérales, les consommateurs se réfèrent à ce qu'ils connaissent le mieux et associent la minéralité d'un vin à sa composition et sa teneur en sels minéraux (86) ou plus spécifiquement au calcium ou au magnésium. « À l'instar des eaux minérales, les sels minéraux que le vin peut contenir selon le terrain sur lequel la vigne a poussé [...] »

Le deuxième champ sémantique pointe le lien très fort entre minéralité et terroir (384 citations). Pour une part importante des répondants, la minéralité est liée à l'endroit où pousse la vigne (72), au lieu de production. Le mot terroir, fréquemment utilisé autrefois, serait-il petit à petit délaissé au profit du mot minéralité ? « *Au type de sol sur lequel la vigne est cultivée. Chaque type de sol va influencer sur le goût du vin.* ». « [...] la minéralité évoque le terroir, le sol ».

Enfin, le troisième champ sémantique relève de la dimension sensorielle. La minéralité est associée à des odeurs de pierre à fusil (139), de silex (85), de craie (37) ou à des odeurs de pétrole (16). En bouche, il est question d'acidité (98), d'évocation d'un vin blanc sec (87), de salinité (24), de vivacité (21), de pétillant/carbonique (16) mais également d'une âpreté/rugosité (35) ou de notes métalliques (30). De nombreux termes hédoniques sont également cités tels que pur/pureté (30) ou finesse (20). « *Cela me fait penser à un vin plutôt blanc, qui a une certaine fraîcheur, à la pierre à fusil, à un sol caillouteux, à un vin sec, à un vin que je suis susceptible d'apprécier.* »

Il apparaît également plus facile d'évoquer la minéralité des vins par le biais d'exemples d'appellations ou de cépages, dont Chablis reste le plus cité avec 57 citations. Les appellations des régions du Val de Loire et d'Alsace sont également citées en exemple, tout comme certaines régions de Suisse ; le Valais ou le Lavaux. Ceci tend à montrer que pour beaucoup de consommateurs l'appréhension de la notion passe par le recours au meilleur représentant de la catégorie. La notion est envisagée en termes de prototype plutôt qu'en termes de conditions nécessaires et suffisantes (c'est-à-dire un vin est minéral quand il remplit les x conditions suivantes...).



OENOPREST

Flash-Pasteurisation
Filtration sur terre
Filtration de bourbes
Macération préfermentaire à chaud
Désinfection de barriques

Sous-corpus définition

Exercice plus exigeant, la formulation d'une définition entraîne un taux de 11 % de répondants incapables de donner une définition mais également de nombreux autres signes d'indétermination avec une forte présence de termes comme « chercher, expliquer, citer, répondre, sûr, connaître ». Les trois principales thématiques se retrouvent ici et se voient complétées par deux associations de mots intéressantes.

La première association repose sur l'utilisation conjointe des mots impression (100), bouche (253), sucer (47) et caillou (138) que l'on retrouve dans la phrase « La minéralité peut être assimilée à l'impression de sucer un caillou » (figure 2 A). Pour donner une définition, les consommateurs ont recours à l'exemplification. La seconde association, inversement, met en avant l'utilisation du contre-exemple avec une proximité récurrente des différentes familles aromatiques telles que fruité, floral, animal ou végétal avec les mots contraire et opposition (figure 2 B). À défaut de pouvoir définir correctement la minéralité d'un vin, les répondants savent définir ce que n'est pas la minéralité. La minéralité d'un vin n'aurait-elle donc pas de définition propre ? Une autre hypothèse consisterait à voir la minéralité comme référence à un vin peu aromatique, qui ne révélerait aucune autre famille d'odeurs. « C'est un côté discret, contraire aux arômes de fruit, de floral ». « Un goût minéral est à l'opposé d'un goût que l'on connaît pour l'avoir déjà

goûté. C'est un goût rappelant l'odeur d'une pierre, d'un caillou... À l'opposé d'un goût de fruit, de feuille. Mais ce n'est pas non plus un goût de bois (organique). »

Sous-corpus synonyme

Donner des synonymes à la minéralité semble être la tâche la plus complexe. 19 % des répondants n'y parviennent pas. En plus des mots déjà cités dans les réponses aux deux questions précédentes, de nouvelles associations apparaissent entre minéralité et : fraîcheur, vivacité, complexité, richesse ; légèreté, aérien, finesse, subtil, cristallin, clarté ; pur et pureté, qualité, droit, franc ; dur et dureté, âpre et âpreté, rugosité ; fer, métal et métallique.

La grande majorité des synonymes cités présente une connotation globalement positive même si certaines de ces nouvelles associations (dureté, âpreté, rugosité, métallique) laissent aussi supposer une dimension potentiellement négative. La positivité des odeurs de pierre à fusil, de silex ou de caillou reste toutefois à démontrer. Cette difficulté à livrer des synonymes peut donner lieu à deux interprétations. Elle peut d'une part être la trace d'un vrai déficit épistémique pour les consommateurs qui ne parviennent pas à catégoriser précisément la notion et, du coup, ne savent pas dans quel espace sémantique puiser des notions apparentées. D'autre part, elle peut être le révélateur du statut même du mot qui, devenu terme technique d'expert ou de professionnel, n'est plus

accessible en tant que tel pour qui ne dispose pas des savoirs spécialisés associés. Les résultats de l'analyse du discours ambiant tendent toutefois à relativiser cette seconde interprétation dans la mesure où les experts eux-mêmes ne semblent pas disposer d'une définition consensuelle de la notion, condition d'existence minimale d'un terme technique.

Conclusion

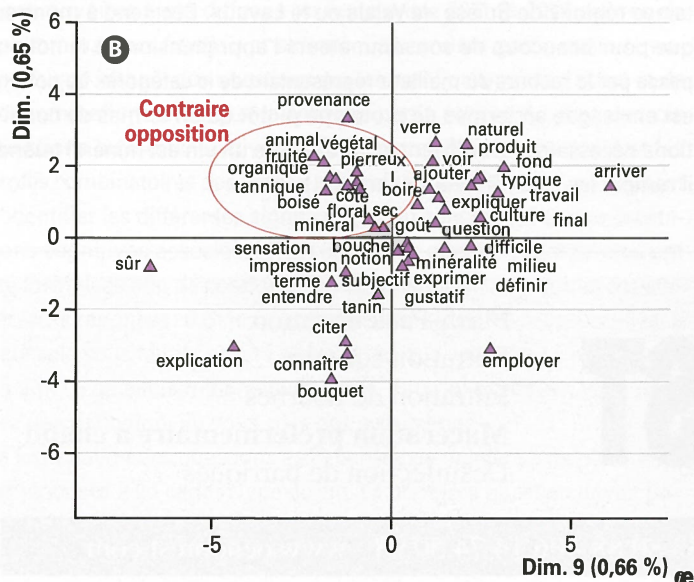
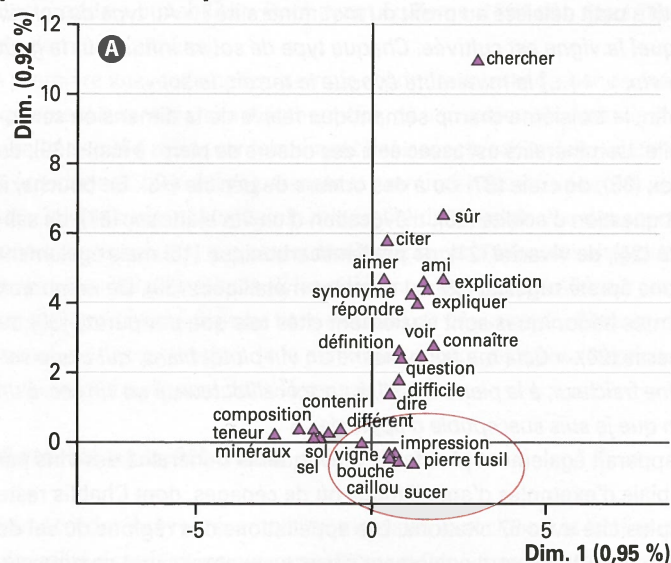
Si la notion de minéralité dans les vins est de plus en plus utilisée dans les commentaires de dégustation, il apparaît que cette notion n'est pas clairement définie pour les consommateurs. Ces derniers possèdent différentes représentations cognitives mettant en jeu des aspects sensoriels, un lien au terroir ou une analogie avec les minéraux contenus dans les eaux et donc, par similitude, dans le vin. Le recours à l'exemplification ou au contre-exemple plutôt qu'à une définition de la minéralité elle-même montre toute la difficulté pour les consommateurs à formuler une idée précise sur ce concept très en vogue.

Remerciements : Le projet « Minéralité des vins : étude et valorisation d'un concept en vogue mais méconnu » a été sélectionné dans le cadre du programme de coopération territoriale européenne INTERREG IVA France-Suisse 2007-2013.

NDLR : Les références bibliographiques concernant cet article sont disponibles sur simple demande auprès de la Revue des Œnologues.

– Par courrier : joindre une enveloppe affranchie, avec les références de l'article
– Sur internet : www.oeno.tm.fr

■ **Figure 2 :** donner une définition semble plus facile en ayant recours à l'exemplification. A : exemplification B : raisonnement par le contre-exemple.



débouchage à façon sur toute l'Europe
Chanudet JC - gestion de stock / étiquetage non conforme
problèmes oenologiques / goûts étrangers au vin
questions de promo à résoudre

Sur les lieux de conditionnement, Négoces, Caves Coopératives, Propriétés, Domaines, Châteaux...

... ou en toute discrétion dans nos installations...

SARL CHANUDET JEAN-CLAUDE
ZA Les Marcellins - 69910 Villié Morgon ■ Tél. (33) 04 74 04 20 51 ■ Fax (33) 04 74 69 16 46
www.chanudet-debouchage.com ■ jean-claude.chanudet@orange.fr