



***The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library***

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

[Give to AgEcon Search](#)

AgEcon Search  
<http://ageconsearch.umn.edu>  
[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

# Les consommateurs face à l'évolution des Appellations d'Origine Contrôlée

**Jean-Sauveur Ay**

(auteur de correspondance),  
INRAE, UMR CESAER, AgroSup Dijon  
et Univ. Bourgogne Franche-Comté, Dijon, France  
jean-sauveur.ay@inrae.fr.

**Stéphan Marette**

Université Paris-Saclay, INRAE AgroParisTech,  
UMR Économie Publique, Thiverval-Grignon, France.

**Christophe Martin**

INRAE, UMR1324 Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation,  
Dijon, France.

**Monia Saïdi**

AgroSup Dijon, UMR CESAER, INRAE  
et Univ. Bourgogne Franche-Comté, Dijon, France.

**N**ous présentons un protocole original d'économie expérimentale visant à mesurer *ex ante* l'impact d'une modification des Appellations d'Origine Contrôlée (AOC) au sein de l'aire géographique Marsannay (Bourgogne). Différents scénarios d'évolution des AOC, matérialisés par différents regroupements de bouteilles de vins, sont proposés aux participants afin de révéler leurs consentements à payer (CAP). Les groupes de bouteilles proposés offrent, dans des proportions variables, des niveaux d'AOC déjà présents sur l'aire géographique (les niveaux Village et Régional) et un niveau supérieur qui n'existe pas encore (le niveau Premier Cru). Les résultats de l'expérience permettent de hiérarchiser les évolutions potentielles selon les CAP moyens pour chaque AOC. Ce protocole pourrait être utilisé plus systématiquement pour instruire les futures demandes d'évolution pour d'autres AOC.

## Résultat de recherches

n° 3/2020 – octobre 2020

**Economie et sociologie  
pour l'agriculture, l'alimentation  
et l'environnement**

### Les demandes d'évolution des AOC

Les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC) indiquent aux consommateurs des produits de qualité supérieure, ce qui permet une meilleure valorisation de ces produits par rapport à des produits conventionnels. Ces AOC sont particulièrement réputées pour les vins de Bourgogne, avec une structure hiérarchique que nous appréhendons ici en termes de niveaux (Ay, 2020). Au sein du vignoble bourguignon nous pouvons distinguer, par ordre croissant dans la hiérarchie, le niveau Régional (Coteaux Bourguignons, Passe-Tout-Grain, etc.), le niveau Village (Beaune, Gevrey-Chambertin, Fixin, etc.), le niveau Premier Cru (Les Cazetiers pour l'AOC Gevrey-Chambertin, Les Hervelets pour l'AOC Fixin, etc.), et le niveau Grand Cru (Romanée Conti, Bonnes-Mares, etc.). Cette hiérarchie se reflète dans le prix des vins et fait régulièrement l'objet de demandes d'évolution de la part des viticulteurs de Bourgogne (Saïdi *et al.*, 2020). Ces demandes d'évolution concernent des montées de certaines parcelles dans cette hiérarchie des vins, et notamment la montée au niveau Village et Premier Cru. La question des critères retenus pour justifier cette montée de certaines parcelles est particulièrement sensible.

Le cas précis des vins de l'aire de Marsannay est particulièrement intéressant, voir également Ay *et al.* (2017). Sur cette aire, et selon la classification actuelle, on ne recense que des vins de niveau Village et de niveau Régional (Coteaux Bourguignons inclus). Les vins de cette aire ont connu une forte augmentation de leur qualité et de leur prix sur les dernières années, et de nombreux professionnels considèrent que les meilleurs vins du niveau Village sont de qualité équivalente à des Premiers Crus de communes voisines (Fixin ou Gevrey-Chambertin). La proximité de cette aire avec la ville de Dijon a fait que ces vins étaient principalement destinés à une consommation locale, et ils ont pris du retard sur la mise en place des AOC. Par exemple, la reconnaissance de l'appellation Marsannay au niveau Village ne s'est faite qu'en 1987, alors que la reconnaissance des communes voisines comme Fixin ou Gevrey-Chambertin date de 1937. En 2012, l'organisme de défense et de gestion de l'AOC Marsannay a demandé à l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) une évolution des délimitations AOC existantes (niveaux Village et Régional) et la création d'un nouveau niveau Premier Cru.

Au moment de la rédaction de cet article, cette demande faisait toujours l'objet d'une étude par l'INAO. La future décision de l'INAO est importante pour les producteurs de l'aire de Marsannay, qui

sont naturellement favorables à la montée en gamme de certaines parcelles de leur vignoble. Pour les consommateurs, cette décision crée un arbitrage que nous cherchons à caractériser par l'étude de leurs consentements à payer (CAP) pour les différents niveaux. D'un côté, le passage en Premier Cru des meilleures parcelles du niveau Village permet aux consommateurs de les identifier plus facilement, ce qui augmente leur CAP. D'un autre côté, le retrait de ces meilleures parcelles du niveau Village constitue une dégradation de la qualité de l'offre sur ce niveau intermédiaire, ce qui risque d'entraîner une diminution des CAP. Le même mécanisme économique est à l'œuvre pour le passage de parcelles du niveau Régional au niveau Village. Ainsi, l'évolution des AOC produit potentiellement des changements de CAP pour chaque niveau d'AOC et pour la moyenne de l'aire géographique.

## Utilisation de l'économie expérimentale pour déterminer les CAP pour les AOC

Les méthodes d'économie expérimentale permettent d'étudier précisément les comportements des consommateurs ou des citoyens dans des contextes particuliers et plus ou moins contrôlés. L'économie expérimentale (qui comprend les expériences *de laboratoire* ou *sur le terrain*) place un groupe d'individus dans des situations simulées (*laboratoire*) ou influencées (*sur le terrain*) afin de révéler leurs choix ou leurs CAP pour des nouveaux produits ou des services publics.

Les expériences de laboratoire sont particulièrement bien adaptées pour mesurer les CAP avec un contrôle très précis du contexte informationnel et des produits étudiés (voir Lusk and Shogren, 2007). Elles permettent d'anticiper *ex ante* les réactions des consommateurs, c'est-à-dire avant la mise en place effective d'une action ou la mise sur le marché d'un produit. Ainsi, il est possible de mesurer l'impact sur des participants de l'introduction du signal de qualité Premier Cru, avant même l'autorisation de ce signal par l'INAO. A la différence d'enquêtes traditionnelles (basées sur des questionnaires ou des entretiens), l'économie expérimentale confronte les individus aux conséquences de leurs choix et de leurs déclarations. L'expérience décrite ci-dessous permet de mesurer des CAP en fonction de différentes configurations de la répartition des vins entre le niveau Régional, le niveau Village et le niveau Premier Cru sur l'aire de Marsannay. Les CAP obtenus étant issus d'une procédure réelle d'achat de bouteilles de vins, ils sont en général considérés comme plus fiables.

## Le protocole expérimental mis en place

Pour réaliser cette étude, nous avons recruté 125 consommateurs, résidents à Dijon, en juin 2018. Les participants ont été recrutés à l'aide de la base de données du Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation regroupant plusieurs milliers de volontaires pour participer à des études portant sur les perceptions sensorielles et le comportement alimentaire. Le recrutement a tenu compte de la répartition de la population en fonction de l'âge et du genre pour être statistiquement représentatif de la population de Dijon et de ses alentours. Les consommateurs sélectionnés consommaient tous du vin et se chargeaient des achats de vin pour leur foyer.

Dix vins rouges issus de l'aire de Marsannay ont été sélectionnés : 6 bouteilles de Marsannay niveau Village et 4 bouteilles de Bourgogne niveau Régional. Afin de fournir un point de référence, une bouteille de Fixin niveau Premier Cru a été rajoutée à cette sélection et proposée à seulement 50 % des participants. Ces vins provenaient directement de ce que les vignerons commercialisaient en vente directe au moment de la réalisation de l'expérience et ils étaient tous du millésime 2016. La sélection de vins de l'aire de Marsannay se concentrerait sur certains domaines permettant de séparer les effets des producteurs des effets du niveau des AOC sur les CAP.

Les participants ont assisté à une séance d'environ une heure, organisée à l'INRAE de Dijon (Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation, CSGA), et ont reçu une indemnité à titre de dédommagement pour leur déplacement et leur participation. Pour des raisons matérielles (nombre de place dans la salle d'expérimentation), 10 séances ont été organisées, impliquant chacune 10 à 15 personnes. Les participants ont tous signé un formulaire de consentement après avoir lu une fiche d'information rappelant les conditions de participation à l'étude.

L'expérience commençait dès l'entrée dans la salle d'expérimentation avec l'observation systématique des bouteilles sélectionnées pour l'étude (bouteilles réelles). Pour la moitié des séances, l'expérience se poursuivait avec la demande, à chacun des participants, de déclarer leur CAP pour : (i) une bouteille tirée au hasard parmi un lot de six bouteilles de Marsannay Village et (ii) une bouteille tirée au hasard parmi un lot de quatre bouteilles de vin d'appellation Régionale produite sur l'aire de Marsannay. Pour l'autre moitié des séances, l'expérience se poursuivait avec les deux mêmes lots de bouteilles, plus un troisième lot contenant uniquement le Fixin Premier Cru (un référent proche du niveau Premier Cru qui n'existe pas à l'heure actuelle sur l'aire de Marsannay).

Durant la présentation du protocole, les participants étaient avertis que l'un des CAP qu'ils allaient déclarer serait tiré au sort à la fin de la séance et pourrait donner lieu à un achat réel. Afin de permettre cet achat réel, les participants étaient informés en début de séance qu'ils disposaient de 15 € supplémentaires, en plus de l'indemnisation habituelle de 10 €. Chaque participant pouvait donc partir à la fin de la séance avec 25 € en cas de non-achat, ou avec une bouteille de vin de l'aire de Marsannay et 25 € moins le prix de la bouteille. La procédure déterminant la règle d'achat était présentée aux participants, elle se déroulait à la fin de la séance à partir de trois tirages au hasard :

1. Nous avons tiré au hasard un des CAP déclarés au cours de la séance,
2. Nous avons tiré au hasard une bouteille parmi le lot correspondant à ce CAP,
3. Nous avons tiré au hasard un prix d'achat pour la bouteille correspondante.

La règle d'achat était alors individuelle : tout participant dont le CAP tiré au hasard était supérieur au prix d'achat tiré au hasard devait acheter cette bouteille au prix d'achat. Inversement, si le CAP du participant était inférieur ou égal au prix d'achat de la bouteille, l'achat ne pouvait pas avoir lieu. Ce mécanisme nommé BDM, du nom de ses auteurs, Becker, DeGroot et Marschak (Becker et al., 1964), incite les participants à donner des CAP correspondant réellement à leurs préférences et/ou à leurs choix.

Les participants ne dégustant pas les vins, leurs CAP reposaient uniquement sur les informations portées par l'étiquette des bouteilles. La question exacte à laquelle ils devaient répondre était : « Quel est le prix maximum que vous êtes prêt(e) à payer pour une bouteille de vin tirée au hasard dans ce lot de bouteilles ? » Les participants disposaient tous d'une feuille présentant les étiquettes des différents vins regroupés par lots de niveau d'appellation et classés par tarif décroissant. Le tirage au hasard de la bouteille proposée à la vente avait pour but de représenter l'incertitude de qualité qui existe lors de l'achat de vin d'une AOC donnée. Cette procédure artificielle correspond à une incertitude à laquelle les consommateurs sont typiquement confrontés lors de leurs achats de vin.

La suite de l'expérience simulait une évolution des niveaux avec en particulier une apparition de vins de niveau Premier Cru et des reclassements des vins au sein des niveaux Village et Régional selon la même structure ordonnée. En effet, les vins les plus chers du niveau

Village étaient ceux qui passaient en Premier Cru et les vins les plus chers au niveau Régional étaient ceux qui passaient au niveau Village. Pour chacun de ces scénarios, les participants étaient invités à donner leur CAP pour une bouteille tirée au hasard parmi les trois lots de bouteilles proposés, chaque lot correspondant à un niveau d'AOC. Pour cette étude, 14 scénarios d'évolution, jugés envisageables, ont été retenus (voir Saïdi et al. (2020) pour plus de détails). Afin de limiter la durée des séances, chaque participant n'a été soumis qu'à un sous-ensemble de quatre scénarios avec un ordre de présentation variable (avec une variation du niveau Village de 20 à 60 % de l'aire totale de Marsannay et de 0 à 40 % de l'aire totale pour les niveaux Régional et Premier Cru). La combinaison représentant l'actuelle configuration (60 % de niveau Village, 40 % de Régional, 0 % de Premier Cru) a été proposée en premier à l'ensemble des participants afin d'harmoniser les connaissances des participants sur ce point.

## Résultats

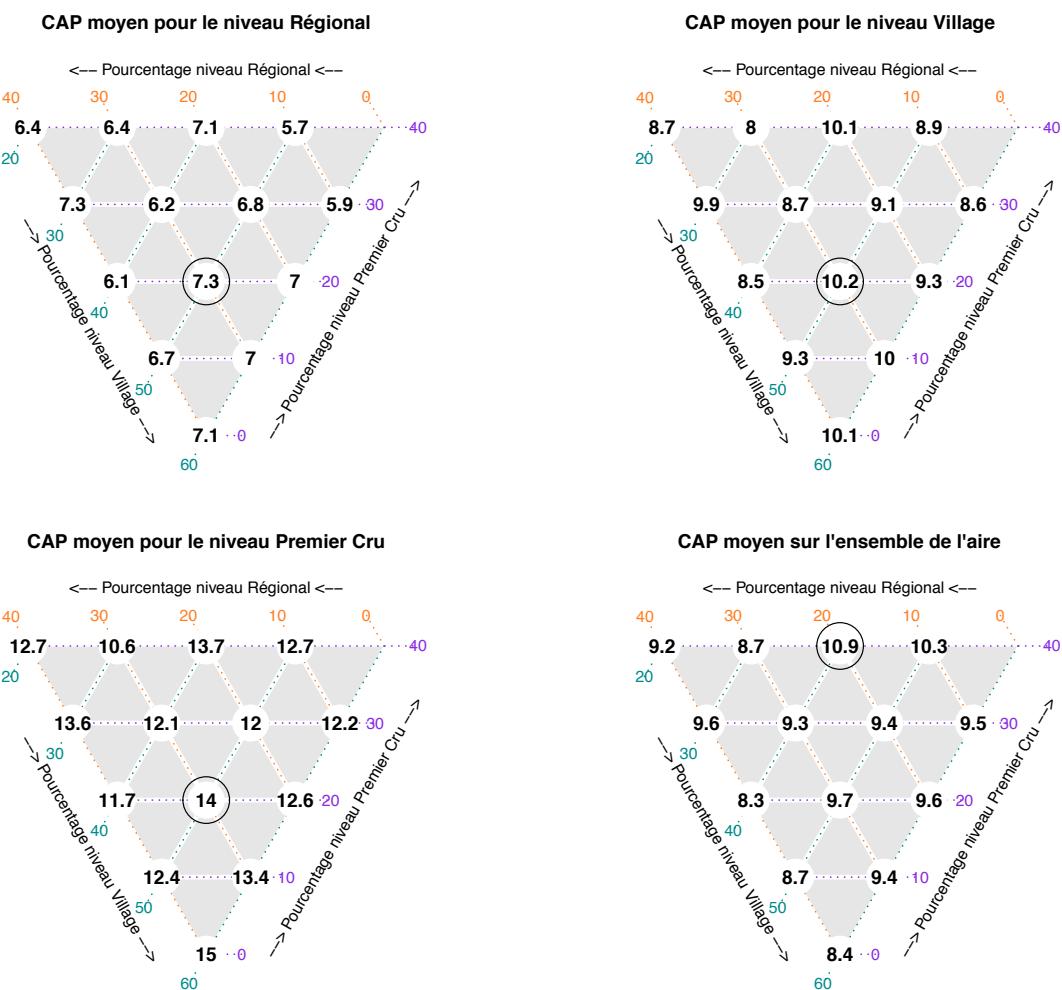
La Figure 1 présente les CAP moyens indiqués par les participants pour chacun des 14 scénarios avec les pourcentages pour les différents niveaux d'AOC. Pour chaque triangle de la Figure 1, l'aire de Marsannay est divisée en trois niveaux (Régional, Village, Premier Cru). Chaque point intérieur représente une combinaison des trois niveaux dont la somme est égale à 100 % (les côtés des triangles indiquent les pourcentages des bouteilles correspondant aux niveaux des différents

scénarios). Chaque triangle représente le même sous-ensemble des combinaisons envisagées pour les trois niveaux d'AOC. Les triangles en haut à gauche et en haut à droite représentent respectivement les CAP moyens pour une bouteille de niveau Régional et de niveau Village. Le triangle en bas à gauche présente les CAP moyens pour une bouteille de niveau Premier Cru sur l'aire de Marsannay, avec la valeur de 15 €/bouteille reportée en bas (pour 0 % de Premier Cru) qui correspond au CAP moyen pour la bouteille de Fixin Premier Cru.

Le dernier triangle en bas à droite représente une agrégation des triangles précédents. Pour chaque combinaison, le CAP reporté est la moyenne des trois niveaux, pondérée par les proportions qu'ils représentent. Le CAP moyen de 8,4 reporté en bas de ce dernier triangle est le résultat de la somme du CAP Village (10,1 €/bouteille) multiplié par 60 % et du CAP Régional (7,1 €/bouteille) multiplié par 40 %, ce qui correspond à la configuration sans le niveau Premier Cru, caractérisant la situation au moment de l'expérience.

Sur la Figure 1, les moyennes ne sont pas calculées pour l'ensemble des participants car nous n'avons pas proposé l'ensemble des scénarios à tous les participants. Ces moyennes par sous-groupes sont néanmoins comparables entre elles car les scénarios sont proposés aux participants selon un protocole d'expérience équilibré. Les CAP moyens pour le nouveau niveau Premier Cru sur l'aire de Marsannay varient fortement selon les scénarios, à savoir de 10,6 €/bouteille

**Figure 1 : CAP moyens (en € par bouteille de 75 cl) en fonction des scénarios, pour chacun des trois niveaux d'AOC et pour tous les niveaux.**



pour le scénario à 40 % de Premier Cru (et 30 % de Village et 30 % de Régional) à 14 €/bouteille pour le scénario à 20 % de Premier Cru (et 50 % de Village et 30 % de Régional). Dans ce dernier scénario, qui maximise le CAP unitaire pour les Premiers Crus, le CAP moyen est proche de celui du Fixin Premier Cru (15 €/bouteille en bas du triangle). Ce résultat indique la bonne crédibilité accordée par les participants à la création d'un niveau Premier Cru sur l'aire de Marsannay. Pour les niveaux Régional et Village, le scénario qui maximise les valeurs individuellement correspond également à la combinaison de 20 % de Premier Cru, 50 % de Village et 30 % de Régional (ces combinaisons sont entourées sur les deux triangles du haut de la Figure 1). Ce scénario correspond toutefois à une faible hausse des CAP par rapport à la situation actuelle représentée en bas des triangles, à savoir 10,2 au lieu de 10,1 pour le niveau Village, 7,3 au lieu de 7,1 pour le niveau Régional). Cependant, cette légère hausse doit être comparée à l'ensemble des autres scénarios qui entraînent une baisse des CAP pour ces deux niveaux (la seule exception est la combinaison de 30 % de Premier Cru, 30 % de Village et 40 % de Régional qui entraîne aussi une hausse des CAP moyen uniquement pour le niveau Régional).

Le scénario qui maximise le CAP pour chaque niveau individuellement n'est pas celui qui maximise le CAP moyen sur l'ensemble de l'aire de Marsannay. En effet, le triangle en bas à droite de la Figure 1 montre que le CAP maximum pour l'ensemble de l'aire de Marsannay correspond à la combinaison de 40 % de Premier Cru, 40 % de Village et 20 % de Régional, comme indiquée par le cercle dans ce triangle. Cette combinaison présente un CAP moyen de 10,9 € par bouteille pour l'ensemble de la région de Marsannay. Ce résultat s'explique par des effets de volume qui font que, même si le CAP moyen pour chaque niveau est plus faible, la plus grande proportion du niveau Premier Cru fait que le CAP obtenu par moyenne pondérée est supérieur. Le gain par rapport au système actuel de désignation de l'AOC est significatif, à savoir 2,5 € par bouteille (avec le passage de 8,4 € en bas du triangle à 10,9 € indiqué par le cercle). Quel que soit le scénario retenu, ces triangles renseignent sur les évolutions possibles des CAP en fonction du pourcentage de bouteilles dans les différents niveaux de qualité.

## Conclusion et perspectives

Cette expérience a montré que les CAP révélés pour une bouteille de Marsannay Premier Cru sont significativement supérieurs aux CAP révélés pour ces mêmes bouteilles lorsqu'elles sont sous le niveau Village. Cette différence apparaît également entre le niveau Village et le niveau Régional, elle est cependant de moins grande amplitude.

Le scenario maximisant la moyenne des CAP, pour tout niveau d'AOC, semble compatible avec un grand nombre de parcelles qui montent dans la hiérarchie. Selon le scénario privilégié, 20 ou 40 % de l'aire pourrait passer de Village à Premier Cru et 10 ou 20 % de l'aire pourrait passer de Régional à Village.

L'étude des CAP permet de comparer la valorisation des vins de l'aire de Marsannay par les consommateurs selon les différents scénarios d'évolution, et non les gains réalisés par les producteurs ou les consommateurs suite à l'évolution des AOC. Les CAP ne représentent pas les prix de vente, ils représentent un prix maximal d'achat pour les consommateurs, le prix de vente étant nécessairement inférieur pour qu'il y ait achat. En complément des analyses agro-pédoclimatiques des milieux (sols, roches, climats, expositions, etc.) qui servent habituellement à instruire les demandes d'évolution, il existe peu d'études concernant la façon dont les consommateurs peuvent valoriser ces évolutions des AOC pour des vins d'une même aire de production. L'étude présentée ici est à ce titre originale, en proposant une illustration de l'inclusion de critères économiques dans l'instruction de demandes d'évolution.

La méthode expérimentale présentée ici peut être facilement répliquée pour des études de l'évolution d'autres AOC. La méthode expérimentale n'est pas une panacée, mais elle permet d'éclairer un décideur comme l'INAO sur les réactions des consommateurs et sur les ajustements possibles des futurs prix des bouteilles de vins. Ces premiers résultats invitent à des analyses plus approfondies pour mesurer les impacts des AOC et des labels sur les comportements des consommateurs.

## Pour en savoir plus

- Ay J.-S. (2020).** The Informational Content of Geographical Indications. *American Journal of Agricultural Economics*. Early view.
- Ay J.-S., Chakir R. et Marette S. (2017).** Distance Decay in the Willingness to Pay for Wine: Disentangling Local and Organic Attributes. *Environmental and Resource Economics* 68(4), 997-1019.
- Becker G. M., DeGroot M. H. et Marschak J. (1964).** Measuring Utility by a Single-Response Sequential Method. *Behavioural Science* 9, 226-232.
- Lusk J. L. et Shogren J.F. (2007).** *Experimental Auctions. Methods and Applications in Economic and Marketing Research*. Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Saïdi M., Ay J.-S., Marette S. et Martin C. (2020).** Willingness-To-Pay for Reshuffling Geographical Indications. *Journal of Wine Economics* 15(1), 95-111.