

La qualité des produits

Par Alain Gayda

Président de l'Union des Œnologues de France

Le terme **Qualité** est employé dans toutes les communications sans définition exacte de la notion de qualité. Ainsi, que faut-il vraiment entendre par qualité ?

Si l'exigence de qualité de la part du consommateur ne pose aucun doute, la qualité unique n'existe pas. Cette dernière se découpe en divers concepts, plus ou moins objectifs :

- **Qualité sanitaire (Sécurité) :** importance de la sécurité alimentaires. La filière s'est dotée d'un outil de gestion des risques par le Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène, application de la méthode HACCP, méthode reconnue d'analyse et de gestion des risques. Un réel effort de traçabilité a été effectué dans les caves. L'œnologie a rapidement l'accent sur l'importance de l'hygiène dans l'élaboration des vins.
- **Qualité nutritionnelle (Santé) :** bienfaits d'une consommation modérée du vin. Il ressort des études une spécificité du produit vin par rapport aux autres alcools.
- **Qualité organoleptique (Satisfaction) :** la plus difficile à appréhender , ca' on peut y introduire une notion de subjectivité. La filière s'est dotée d'un outil intéressant (pour la mesurer) avec l'analyse sensorielle.
- **Qualité d'usage et de service (Service) :** importance du packaging, de la facilité et rapidité de l'emploi du produit. De nouveaux concepts apparaissent dans les emballages et la filière est consciente de la perplexité du consommateur face à l'étendue de l'offre dans les rayons vins.

On a noté l'émergence de deux visions de la qualité des produits :

- **le concept anglo-saxon :** importance de la sécurité, d'une connaissance parfaite de la composition des produits, d'un étiquetage claire et informatif ; vision industrielle des procédés d'élaboration.
- **un concept plus latin :** importance de la typicité, d'un produit issu d'une zone géographique précise et/ou de savoirs ancestraux ; attachement à une agriculture de terroir

Les œnologues professionnels de la filière, de par leur formation sont capables de répondre à ces demandes et d'y adapter à la fois leurs produits, leurs procédés d'élaboration et leurs modes de communication.

Photo : Le packaging fait partie de la qualité de service.

