

L'œnotourisme au service des IG

œnotourism for the promotion of GIs

Anaïs Huysmans

Syndicat des vins Côtes de Provence, Service Juridique, RN 7, 83460 Les Arcs, France

Résumé. Wine exports from Provence have grown by over 30% in ten years. In response to the pandemic, the constituent appellations of this region¹ have adapted to the closure of consumer frontiers. The expansion of local consumption through œnotourism in the locality of the viticultural terroir provides an element of resilience through which the industry can pursue its ambitions. In order to sustain performance, territorial promotion needs to coexist with geographical indications (GIs), and to permit the exploitation of expertise associated with the latter. While the wines of Provence are the only viticultural beverages which are permitted, under the terms of French and EU legislation, to be designated by the distinctive term « Provence »², their constituent appellations fall within a broader administrative territory, under the name of the Provence-Alpes-Côtes d'Azur Region (PACA).

1 L'approche territoriale de l'œnotourisme au service des IG viticoles, privilèges d'un savoir-faire reconnu sur une aire géographique définie^{1,2}

Si les signes de qualité viticoles répondent aux attentes émanant tant des opérateurs que des consommateurs, ils contribuent également très efficacement aux politiques d'aménagement des territoires.³ Il faut remonter à leurs origines pour saisir la prise en compte fondamentale du terroir associé au savoir-faire humain et reconnaître le droit d'user d'un nom d'appellation.

1.1 A l'origine des IG, un nom associé à un terroir et à des usages

Le système des appellations d'origine (AO) remontant à 1905, s'est fondé sur la désignation du nom du vin pour pouvoir l'identifier et le protéger. Le premier objectif était de le distinguer des vins falsifiés ou faisant l'objet de fraudes. La désignation de l'origine du produit était un moyen utile pour opérer des distinctions entre produits⁴. Elle crée un lien entre le vin et le territoire d'où il provient, qui deviendra l'œnotourisme d'aujourd'hui.

Cette origine va être définie après une délimitation administrative des zones de production. Il s'agit ici de constituer les limites géographiques au sein desquelles les

producteurs peuvent utiliser le nom d'une « appellation de provenance » pour désigner leurs vins. C'est cette appellation qui va constituer l'origine du vin.

A titre d'exemple, la délimitation s'est illustrée par le passé par le « privilège de Bordeaux », permettant aux producteurs de Bordeaux de commercialiser leurs vins avant tous les autres de la région. C'est ce lieu si particulier d'où provient le vin qui va en donner toute la typicité selon Olivier Jacquet : « Pour exprimer une quelconque typicité, un vin doit être issu d'un territoire délimité, juridiquement normé, conditions préalables qu'offre d'ailleurs le système des AO contrôlées »⁵.

La loi de 1908 vient introduire les moyens selon lesquels l'origine d'un vin doit être délimitée. Cette dernière fait en effet référence à des usages locaux, loyaux et constants. C'est donc à partir de ces usages que l'administration va délimiter les aires d'appellations⁶.

Cependant, une difficulté est apparue au vu de cette délimitation administrative car il s'agit d'une « délimitation des zones d'appellations régionales ». Or, la particularité des aires d'appellations des AO contrôlées est qu'elles ne correspondent pas aux limites administratives de nos régions ou départements. Elles sont liées à la géologie et au climat. Cette confusion a eu pour conséquence les émeutes qui ont eu lieu en Champagne en raison de l'exclusion de l'Aube ou encore des conflits dans le bordelais dont la « délimitation portait sur l'ensemble du département de la Gironde »⁷.

¹AOP Côtes de Provence, Coteaux Varois-en-Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence.

² With the exception of the PGI Alpes de Haute Provence, and the AOP Baux de Provence.

³Histoire et évolution des appellations d'origine françaises, Inao, BIO Web Conf., Congrès OIV 2019, **15**, 2019, 42nd World Congress of Vine and Win.

⁴ WOLIKOW Serge et HUMBERT Florian, *Une histoire des vins et des produits d'AOC, L'INAO, de 1935 à nos jours*, Sociétés EUD, 2015, p. 30.

⁵ HINNEWINKEL J-C., « *Faire vivre le terroir* », *AOC, terroirs et territoires du vin*, Hommage au professeur Philippe Roudié, Presses universitaires de Bordeaux, Edition PUB, 2010, p.117.

⁶ WOLIKOW Claudine, « Le recours aux usages locaux, loyaux et constants : de l'acquis au mythe (1908-1935...) », *Territoires du vin* [En ligne], 12 | 2021, mis en ligne le 15 février 2021, consulté le 3 août 2021. URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1938>.

⁷ WOLIKOW Serge et HUMBERT Florian, *Une histoire des vins et des produits d'AOC, L'INAO, de 1935 à nos jours*, Sociétés EUD, 2015, p. 31.

L'œnotourisme doit être un vecteur de valorisation de deux notions distinctes mais complémentaires que sont le territoire et l'aire géographique.

C'est ainsi que la loi du 6 mai 1919 est intervenue pour donner compétence aux tribunaux dans la délimitation des aires d'appellations selon « les usages locaux, loyaux et constants établis en ce qui concerne leur origine, leur nature, leur composition et leurs qualités substantielles ».

La loi de 1927 a permis d'intégrer des critères techniques culturels dans la définition des AO. Elle ajoute la notion de cépages réservés à l'élaboration d'un vin d'appellation et d'aire parcellaire délimitée apte à la production de vins de qualité. Ces nouveaux critères spécifiques au produit ont ainsi limité le risque de voir cette notion complètement dévoyée pour cause de qualité insuffisante.

Par la suite les vignobles n'ont cessé de mener un combat pour faire reconnaître les spécificités de leurs signes de qualité et leurs méthodes de vinifications, non reproductibles en dehors des aires délimitées.

Monsieur Joseph Capus soulignait l'importance de combiner à la fois l'origine mais également les facteurs naturels comme le sol et les cépages utilisés. Il rappelle que le caractère d'un vin « c'est d'abord un facteur biologique, l'encépagement, c'est-à-dire le cépage ou l'ensemble des cépages au moyen desquels il a été obtenu ; ce sont ensuite des facteurs physiques qui influent sur le précédent : la nature du sol, l'exposition, le climat »⁸.

La nécessaire association entre usages et origine géographique s'explique par la mise en place des cahiers des charges.

L'INAO impose à chaque AO contrôlée de faire figurer au sein d'un cahier des charges, les conditions de production du vin ainsi que l'aire géographique de l'appellation. C'est donc en comparant ce cahier des charges avec la situation particulière d'un producteur – situation géographique de son vignoble et conditions de production – que l'on va déterminer s'il peut prétendre à l'obtention du nom d'AO contrôlée. Le cahier des charges consacre ces « usages ».

Dès le début de la mise en place des AO, l'objectif est donc la valorisation économique des vins par la reconnaissance du nom qu'ils portent. C'est ce qui va inciter tous les producteurs à produire des vins représentant la typicité du terroir et territoire d'où ils proviennent.

La constitution de ces catégories est une contrepartie des efforts consentis par les opérateurs pour améliorer

leurs conditions de production tout en conservant l'authenticité de leur terroir.

1.2 La valorisation d'un territoire cohérente avec la protection des IG

La superposition d'un terroir lié à un produit de qualité sur un territoire plus largement défini, interroge sur la protection du nom des IG face au risque de banalisation.

L'étendue de protection de l'AO protégée est notamment fixée par les réglementations communautaire et française. L'appellation est protégée contre l'exploitation de sa réputation et contre toute évocation de celle-ci, pour des produits comparables ne respectant pas le cahier des charges.

En parallèle l'œnotourisme s'inscrit dans une approche touristique globale pour désigner un ensemble d'activités, en lien avec la viticulture, ne répondant pas dans leur intégralité aux exigences liées aux signes de qualité et désignant largement le vin, avec ou sans IG, produit sur un territoire donné.

1.2.1 Le respect de la réglementation IG, une condition incontournable au développement œnotouristique

En droit français, l'article L. 431-1 du Code de la consommation définit l'AO comme « la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains ».

L'article L. 722-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose par ailleurs que « toute atteinte portée à une IG en violation de la protection qui lui est accordée par le droit de l'Union européenne ou la législation nationale constitue une contrefaçon engageant la responsabilité de son auteur ».

Les AO sont rattachées à l'ordre public économique⁹ français et sont insusceptibles d'appropriation privative¹⁰, dans la mesure où elles ne constituent pas un bien privatif, mais une richesse collective bénéficiant aux producteurs ou négociants de produits dont les qualités ou caractères sont issus d'une zone géographique spécifique.

Ce statut spécifique conféré aux AO justifie que ce signe de qualité, soit protégé, aux termes de l'article L. 643-1 du Code rural, contre tout usage (à titre de marque¹¹, de dénomination sociale, de nom commercial, de dénomination de vente ou encore de nom de domaine¹²) ;

⁸ INAO, Ouvrages sur les signes de qualité ou d'origine [en ligne], [consulté le 12 août].

⁹ WOLIKOW Serge et HUMBERT Florian, *Une histoire des vins et des produits d'AOC, L'INAO, de 1935 à nos jours*, Sociétés EUD, 2015, p. 34.

¹⁰ Com., 9 novembre 1981, n°80-12943 et Com. 1^{er} décembre 1987, n°86-11328, Romanée Conti.

¹¹ CA Paris, 4^e ch., 12 septembre 2001, SA Parfums Caron c/ CIVC : « Le statut des appellations d'origine est d'ordre public et interdit toute appropriation privative, quelle que soit l'époque à laquelle la marque critiquée a été déposée ».

¹¹ CA Bordeaux, 1^{ère} ch. Civ., sect. A, 24 novembre 2008, RG n° 2008/02259 : la marque identique à une appellation d'origine est nulle quand bien même celle-ci n'aurait été attribuée que postérieurement au dépôt de marque ou que, la marque n'ayant pas été renouvelée à temps, une nouvelle appellation d'origine a été créée pendant le délai où la marque est restée sans protection.

¹² CA Paris, 15 déc. 1993 JCP 1994, II, 2229, note F. Pollaud Dulian (marque « Champagne » désignant un parfum) ; Com. 1^{er} décembre 1987, n°86-11328 (utilisation de la dénomination « Romanée Conti » à titre d'enseigne et de nom commercial) ; TGI Paris, 9 avril 2008, Prop. Ind. n°9, sept. 2008, comm. 60 (nom de domaine Champagne.ch désignant des biscuits).

pour des produits similaires à ceux bénéficiant de l'AO en question, mais qui ne bénéficient pas de cette AO ; pour tout produit autre que ceux bénéficiant de l'AO, lorsqu'un tel usage est « susceptible de détourner ou d'affaiblir la notoriété de l'appellation » ou d'entraîner la dilution et une perte d'attractivité de l'AO¹³.

Enfin, « toute atteinte portée à une IG en violation de la protection qui lui est accordée par le droit de l'Union européenne ou la législation nationale » est qualifiée de contrefaçon aux termes de l'article L. 722-1 du Code de la propriété intellectuelle.

En droit communautaire, l'étendue de la protection des AO est fixée par l'article 103.2 du Règlement No. 1308/2013. Celui-ci rappelle qu'une AO protégée et une IG protégée, « [...] ainsi que le vin qui fait usage de cette dénomination protégée en respectant le cahier des charges correspondant, sont protégés contre :

- a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte de cette dénomination protégée :
 - i) pour des produits comparables ne respectant pas le cahier des charges lié à la dénomination protégée ; ou
 - ii) dans la mesure où ladite utilisation exploite la réputation d'une appellation d'origine ou indication géographique ; ».

Cette protection s'étend ainsi à l'appellation elle-même telle que dénommée, mais également à chacun des éléments qui la composent.

La jurisprudence de l'UE condamne ainsi la simple évocation d'une AO, car considère que « le terme utilisé pour désigner un produit incorpore une partie [de l'AO], en sorte que le consommateur, en présence du nom du produit, est amené à avoir à l'esprit, comme image de référence, la marchandise bénéficiant de l'appellation »¹⁴.

Par ailleurs, s'agissant spécifiquement de l'utilisation d'une partie d'une AO, l'article 19 (3) du Règlement 607/2009 du 14 juillet 2009 prévoit que « la protection d'une appellation d'origine (...) s'applique à l'entière dénomination, y compris ses éléments constitutifs pour autant qu'ils soient distinctifs ».

Les dispositions réglementaires et législatives encadrant l'usage d'un nom d'AO et de chacune des mentions qui le compose, doivent être prises en compte à l'occasion du développement d'activités œnologiques. La promotion des territoires au service des produits de terroir doit s'inscrire dans un schéma cohérent et favorable à tous les enjeux.

1.2.2 La préservation des enjeux juridiques et économiques

Dans sa construction, l'œnotourisme doit définir l'articulation des noms à capacité touristique sous l'angle

des IG, défi essentiel pour répondre à ses objectifs de stimulation économique de deux secteurs interdépendants.

La préservation des intérêts économiques de la filière viticole s'appuie sur le respect d'une construction juridique acquise depuis de nombreuses années en matière d'IG. L'offre œnologique ne peut s'affranchir des dispositions légales qui en découlent notamment en matière de droit de la concurrence, de droit de la consommation ou de droit de la propriété intellectuelle.

Outre l'évocation, notion régulièrement définie par la jurisprudence européenne¹⁵ et notamment consacrée dans l'arrêt de la Cour de cassation de 2011¹⁶, les juges pourraient qualifier l'usage d'une IG dans une marque de territoire, de parasitisme économique. Celui-ci est défini comme « l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser de ses efforts et de son savoir-faire¹⁷ ».

Le délit de tromperie sur l'origine ou les qualités substantielles du produit ou du service désigné pourrait également être retenu. Enfin l'usage d'une telle marque territoriale pourrait être considéré par les juges comme une pratique commerciale trompeuse qui consiste en une pratique créant une confusion avec un autre signe distinctif d'un concurrent ou bien reposant sur des allégations fausses ou de nature à induire en erreur. La tromperie porte sur les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir notamment sur ses qualités substantielles ou son origine¹⁸.

Dans chacune des pratiques illicites susvisées, leur conséquence consiste en la tromperie du consommateur et en des pertes économiques liées au détournement de notoriété.

Les enjeux juridiques sont ainsi directement liés aux enjeux économiques dans la mesure où la protection des IG se fonde sur l'attractivité économique de ces dernières.

Le caractère économique de la protection des AOP et IGP a par ailleurs été relevé dans un arrêt récent de la CJUE¹⁹ : « [...] il y a lieu de rappeler que ce règlement [n°1308/2013] constitue un instrument de la politique agricole commune visant essentiellement à assurer aux consommateurs que des produits agricoles revêtus d'une indication géographique enregistrée au titre dudit règlement présentent, en raison de leur provenance d'une zone géographique déterminée, certaines caractéristiques particulières et, partant, offrent une garantie de qualité due à leur provenance géographique, dans le but de permettre aux opérateurs agricoles ayant consenti des efforts qualitatifs réels d'obtenir en contrepartie de meilleurs revenus et d'empêcher que des tiers ne tirent abusivement profit de la réputation découlant de la qualité de ces produits ».

Les différents territoires œnologiques sont complexes, les rendant parfois difficiles à appréhender.

¹³ Jurisprudence « Champagne c/ Yves-Saint-Laurent » pour un parfum¹³).

¹⁴ CJUE, 14 juillet 2011, C-4/10 et C-27/10, « BNIC c/ Gust.Ranin Oy », points 56 à 59 ; CJUE, 26 février 2008, C-132/05, « Parmigiano Reggiano », points 44 et suivants ; CJUE, 14 septembre 2017, C-56/16 P, « Port Charlotte », points 121 et suivants.

¹⁵ CJUE, 4 mars 1999, C-87/97 ; CJUE, 9 sept. 2021, C-783/19, pt. 66 ; CJUE, 9 sept. 2021, C-783/19, pt. 66.

¹⁶ Crim., 22 févr. 2011, n° 10-80.721, sur l'usage du mot « Pape »

¹⁷ Com., 26 janv. 1999, n°96-22.457.

¹⁸ C. consom. L.121-2 art.

¹⁹ CJUE, 9 sept. 2021, C-783/19.

Cependant la coexistence de différentes zones géographiques sur un même territoire, justifie une interprétation claire pour empêcher une vampirisation des IG.

2 Les vins de Provence et l'œnotourisme en région Provence Alpes Côte d'Azur (PACA)

La renommée des vins de Provence en France et à l'international nécessite une vigilance importante quant à l'usage des noms d'appellation et de la mention « Provence » pour désigner un vin et l'univers qui en découle.

La question de l'usage du mot « Provence » dans le secteur de l'œnotourisme est au cœur des préoccupations de la filière. La construction de l'offre œnotouristique doit prendre racine dans la reconnaissance et la distinction des AO protégées des vins de Provence, des AO hors vins de Provence et des IG protégées en région PACA. L'intégration des fondements du système des IG permettra de relever l'ensemble des défis œnotouristiques de la région.

2.1 L'histoire des indications géographiques au sein de la région PACA

La dénomination « Côtes de Provence » a été initialement reconnue comme Vin de Qualité Supérieure (VQDS)²⁰ en 1951, puis AO contrôlée par décret n°77-1187 du 24 octobre 1977. Cette appellation est reconnue au niveau de l'Union européenne depuis le 18 septembre 1973 - époque où elle correspondait à un VQPRD²¹ - et bénéficie à ce titre d'une protection sur l'ensemble du territoire de l'Union Européenne en qualité d'AO protégée.

Les règles gouvernant cette appellation sont définies dans son cahier des charges homologué par arrêté du 1er août 2019 publié au JORF du 10 août 2019.

Les autres AOP provençales²² ont également bénéficié de reconnaissances par le système réglementaire français et européen.

Les AO protégées Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence et Coteaux Varois en Provence, permettent au terme des cahiers des charges respectifs, de faire référence à l'unité géographique plus grande « vin de Provence » dans leur étiquetage et leur présentation.

La construction de ces AO apporte un éclairage utile pour opérer une distinction entre la « Provence viticole » et la « Provence géographique ».

Comme évoqué en première partie des travaux, le système des AO protégées et IG protégées est fondé sur l'utilisation d'un nom d'appellation spécifique représentant des conditions de production particulières au sein d'une zone géographique déterminée.

Cette zone délimitée par les services de l'INAO se base sur des délimitations parcellaires permettant de déterminer si une parcelle est apte ou non à produire des vins sous AO protégée ou IG protégée.

Une parcelle cadastrale située au sein d'une commune peut ainsi faire partie de la zone géographique d'une appellation tandis qu'une autre parcelle de cette même commune en sera exclue.

Une éventuelle confusion de l'aire d'appellation et de la région administrative où celle-ci se situe, serait faire abstraction des règles légales et de la réalité qualitative et économique du produit qui encadrent les AO protégées et les IG protégées.

Les AO protégées Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence, Coteaux Varois en Provence, Baux de Provence et l'IGP Alpes-de-Haute-Provence désignent des vins produits sur une zone délimitée prévue au sein de leur cahier des charges respectifs.

Les communes composant leurs appellations se situent dans la région administrative de Provence-Alpes-Côte-D'azur. Cette région se dénommait auparavant, « Provence » ; mais la dénomination a été modifiée en 1976.

Le terme Provence, associé aux produits vitivinicoles, est protégé au titre de la réglementation relative aux AOP et IGP.

En outre, les AO contrôlées Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence et Coteaux Varois en Provence étant les seules appellations ayant inscrit cette mention dans leur cahier des charges, toute utilisation de cette mention pour désigner des vins hors « vins de Provence », est strictement interdite.

Les AO susvisées auxquelles sont ajoutés les Baux de Provence et l'IG protégée Alpes-de-Haute-Provence représentent la « Provence viticole » dans la mesure où le terme Provence leur est réservé. Ses limites sont celles des aires géographiques de ces appellations.

Il est fait par ailleurs usage de la mention « Provence géographique » qui désignerait la région de Provence-Alpes-Côte-D'azur et qui correspondrait historiquement, à sa délimitation administrative anciennement nommée « Provence » c'est-à-dire aux six départements de la région : les Alpes-de-Haute-Provence, les Hautes-Alpes, les Alpes-Maritimes, les Bouches-du-Rhône, le Var et le Vaucluse. Elle comporte donc en son sein l'ensemble des indications géographiques de la région à savoir les vins de Provence mais également les AOP Ventoux, Luberon, Pierrevert, Cassis, Bandol et Bellet.

Afin de concilier les enjeux œnotouristiques avec le système des IG, le terme « Provence » désigne ainsi uniquement les AO protégées Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence, Coteaux Varois en Provence, Baux de Provence et l'IGP Alpes-de-Haute-Provence.

La mention « vin de Provence » représente les AO protégées Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence, Coteaux Varois en Provence.

²⁰ Les VQDS étaient une ancienne catégorie de vins de qualité produits dans une aire délimitée, mais bénéficiant, par définition, d'une notoriété moindre que l'AOC connue du droit français. Cette catégorie n'existe plus aujourd'hui.

²¹ Vin de qualité produit dans une région déterminée. Cette nomenclature de VQPRD a été remplacée par l'AOP à compter de son entrée en vigueur en droit européen.

²² Coteaux d'Aix-en-Provence, Coteaux Varois en Provence, Baux de Provence.

Les autres vins de cette région seront désignés sous la mention : « vins de Provence-Alpes-Côte D'azur ».

La notoriété sans équivoque des trois AO protégées regroupées sous la mention « Vins de Provence », implique un lien fort établi par le consommateur entre le mot « Provence » et l'AOP Côtes de Provence²³.

Lorsque ce terme est employé dans le secteur vitivinicole et notamment pour désigner des vins produits en région PACA, il peut être associé naturellement à l'AO protégée Côtes de Provence. Placer les signes de qualité au centre du développement œnologique est essentiel pour répondre aux enjeux territoriaux de demain.

2.2 L'importance de concilier les enjeux œnologiques et les signes de qualité

La reconnaissance et la promotion des vins de Provence s'étendent aux appellations elles-mêmes, telles que dénommées, mais également à chacun des éléments qui les composent, notamment à la dénomination Provence²⁴.

En parallèle, l'approche œnologique en construction, est régulièrement orientée sous le prisme du terme évocateur « Provence ». Celui-ci couvre historiquement l'ancien royaume de Provence, qui aujourd'hui ne bénéficie d'aucune reconnaissance légale.

Il convient de rechercher le point d'équilibre entre le développement des activités œnologiques en région PACA, matérialisées par le dépôt de marques territoriales et la préservation de la notoriété des vins AO protégées Côtes de Provence.

Les marques territoriales, régulièrement enregistrées hors classe 33 pour des boissons alcooliques, tendent à couvrir l'ensemble des activités du territoire, notamment viticoles, mettant en valeur un vignoble constitué de boissons avec et sans IG, hors vins de Provence. La reprise de l'élément distinctif Provence dans une marque créée pour promouvoir le terroir viticole désignera uniquement les activités œnologiques des vins de Provence, de l'AO protégée Baux de Provence et de l'IG protégée Alpes de Haute Provence. Les activités rattachées aux autres

terroirs viticoles bénéficieront d'une approche territoriale dans laquelle la mention Provence sera intégrée à la mention administrative reconnue « Provence Alpes Côte d'Azur ».

Les activités œnologiques jouent un rôle essentiel en faveur de la viticulture puisqu'elles créent une synergie entre les forces économiques et touristiques d'un territoire. Elles doivent contribuer au développement des AO et s'adapter au système pyramidal des signes de qualité, pour ne pas risquer de détourner les appellations.

Développer la visibilité du vignoble impose une reconnaissance unanime des prérogatives attribuées aux IG, analysées au-delà du prisme territorial.

Aujourd'hui si le cadre réglementaire protégeant les AO est efficace face aux usages litigieux dans la classe des boissons alcooliques, il devient primordial d'apporter un éclairage juridique sur la problématique de superposition des deux secteurs économiques co-existants : la viticulture et le tourisme.

Les vins de Provence, détenteurs de la mention convoitée « Provence » pour désigner leurs boissons, sont en proie à des détournements de notoriété. Ceux-ci résultent d'une interprétation floue et faussée de la législation, souvent faite à mi-chemin des approches terroir et territoire.

La définition des biais juridiques pertinents rattachés aux situations concrètes de chaque terroir et territoire, assure la pérennité et la complémentarité des activités œnologiques au service des IG.

Ainsi la filière des vins de Provence, et spécifiquement le syndicat des vins Côtes de Provence, engage des actions sur le terrain mais également devant les instances judiciaires, et plus globalement administratives, pour qu'en résulte une doctrine forte, illustrant la réglementation française et communautaire au bénéfice des AO.

Le développement de l'œnologie doit demeurer au service et non au détriment des signes de qualité, notamment des IG, au risque de les affaiblir et de remettre en cause leur existence.

²³ L'association d'idée entre le terme « Provence » et l'appellation Côtes de Provence a été mesurée dans le cadre d'une étude réalisée par Wine Intelligence pour le Conseil interprofessionnel des vins de Provence (février 2021). Il en ressort que l'AO protégée Côtes de Provence est citée par 58 %

des sondés lorsqu'on leur demande s'ils connaissent une AO provençale. L'appellation arrive en deuxième position du *top of mind* en notoriété spontanée.

²⁴ CJUE, décision 4 décembre 2019 - C-432/18.