

Le bon goût de bouchon

Plaidoyer pour des bouchons en liège

par Maria-Carolina VARELA

“Si le bouchon en liège de qualité moyenne est abandonné à la concurrence des bouchons synthétiques, c'est tout le système du chêne-liège qui risque de s'écrouler ...”

Dans cet article, Maria-Carolina Varela fait un plaidoyer pour l'utilisation du liège dans le bouchage des vins.
L'avenir des suberaies en dépend. Cela passe, entre autres, par une communication efficace, pour faire retrouver “le bon goût de bouchon” aux consommateurs.

Les vins de garde doivent toute leur splendeur au bouchon en liège, bouchon qui a permis de donner au chêne-liège une véritable valeur économique. Le mérite en revient surtout au bouchon de liège brut.

Mais il existe deux types de liège : le liège bouchonnable et le liège non-bouchonnable. Pour les vins jeunes (la grande majorité des vins mondiaux), l'industrie a développé les bouchons agglomérés et les bouchons 1+1 composés par des disques de liège brut aux extrémités et d'un cylindre de granulés de liège agglomérés au centre.

C'est la synergie économique entre ces deux types de bouchons qui a permis le développement des forêts de chêne-liège. Le bouchon est le pilier de toute l'économie liée au chêne-liège. Sa valeur ajoutée soutient tous les autres produits de la filière industrielle du liège.

Le liège bouchonnable — une petite fraction du liège total produit dans le monde — est produit essentiellement au Portugal et en Algérie.

Avec la concurrence des produits synthétiques, la durabilité de l'exploitation des forêts de chêne-liège est inexorablement mise en danger, que celle-ci soit dédiée à l'économie du bouchon de liège brut (un bouchon cher pour les coûteux vins de garde) ou à celle des bouchons pour les vins jeunes (bouchon 1+1, bouchon aggloméré).

Prix de la tonne en €	Prix du bouchon	1 tonne de liège = 65000 bouchons	Taux brut de profit
2334,5 €	0,775 € (bouchon entier 54x24 mm de liège de haute qualité)	50 375 €	2158 %
	0,65 € (bouchon entier 49x24 mm de liège de haute qualité)	42 250 €	1810 %
	0,22 € (bouchon entier 49x24 mm de liège de moyenne qualité)	14. 300 €	613 %
	0,13 € (bouchon entier 49x24 mm de liège colmaté)	8 450 €	362 %
	0,04 € (bouchon entier 39x24 mm de liège classe C)	2 600 €	111 %

Tab. I :

Taux brut de profit pour divers types de bouchon dans un scénario de prix du liège de 2334,5 € par tonne (35 € les 15 kilos). Le taux brut de profit du bouchon de liège brut de qualité supérieure est environ 20 fois plus élevé que celui des bouchons de qualité inférieure.

Dans l'ensemble de l'industrie du liège, le bouchon de liège brut est le produit qui donne les taux de profit les plus élevés (Cf. Tab. I).

La fabrication du bouchon de liège brut engendre la production d'une grande quantité de rebuts. Ces derniers constituent la matière première utilisée pour la réalisation de divers produits en liège aggloméré, tels les isolants, les parquets, etc.

Si l'industrie des isolants se nourrit exclusivement des débris générés par la fabrication des bouchons, dans un circuit fermé, elle n'aura pas besoin d'acquérir d'autre matière première à l'extérieur du circuit.

Cela conduit inexorablement à la dépréciation d'une énorme partie des peuplements de chêne-liège, liège non bouchonnable et liège mâle n'ayant plus de valeur commerciale propre (Cf. Fig. 1).

Il est absolument indispensable de faire une promotion efficace voire agressive des isolants en liège, de leurs qualités techniques et environnementales extraordinaires. Mais il est aussi nécessaire de développer en parallèle la recherche industrielle pour la modernisation des isolants, qui n'ont connu aucune amélioration technologique depuis plus de 50 ans.

Que faire pour revitaliser le liège non-bouchonnable?

Le raffiné bouchon entier est, par unité, le produit qui génère, de loin, la plus grande valeur ajoutée de la filière liège. Mais en quantité, ce sont les bouchons pour les vins jeunes qui constituent « l'épine dorsale » de la filière.

Les bouchons 1+1 et les bouchons agglomérés (les deux fabriqués à partir de granulés de liège) sont appropriés, en termes de prix et de performances, pour les vins jeunes, soit plus de 3/5 des vins en bouteille. C'est pour ce type de vins que les autres bouchages concurrencent fortement le bouchon en liège.

Pour les vins de garde, le bouchon en liège reste irremplaçable. Il demeure sans concurrence. Pour ces vins, les traditions d'un bouchage en liège brut perdurent. Vignerons, cavistes et consommateurs sont attachés à cette culture. Cet attachement culturel est renforcé par les études scientifiques qui démontrent que le bouchon de liège brut est le meilleur pour les vins qui restent en bouteille plus d'une année (GODDEN *et al*, 2001).

Les exigences qu'impose le bouchage de vins de garde, par leur conservation et leur prix, rendent nécessaire l'utilisation des coûteux bouchons de liège brut. Le bouchon de liège brut est un produit de grande valeur



Photo 1 :

Démonstration de levée de liège mécanisée, lors des Journées techniques du liège, organisée au Domaine de la Fouquette aux Mayons (Var) par l'ASL de la suberaie varoise.

Photo DA

industrielle, alors que les bouchons «1+1» ou agglomérés sont intrinsèquement un produit industriel procurant une faible marge de profit ; la faible valeur ajoutée des bouchons de qualité inférieure s'expliquant par des coûts de production élevés relativement à leur prix de vente.

Que faire pour défendre le bouchon en liège pour les vins jeunes ?

Faire une promotion juste mais agressive des qualités uniques et naturelles du bouchon en liège, en informant l'amateur de vin — surtout celui de vins jeunes — du type de bouchage de la bouteille qu'il désire acquérir, permettrait au bouchage en liège de regagner des parts de marchés.

L'image est le moyen le plus efficace de capturer l'attention et de fixer la mémoire. Le logo CORK® existe. Cependant, malgré son enregistrement, il n'a jamais été utilisé.

Sans promotion adéquate, sans visibilité sur les bouteilles de vin, i.e. sans une image percutante, il est impossible pour le consommateur de savoir quel est le type de bouchage utilisé.

Si l'usage du bouchon en liège reste cantonné aux vins de garde, la production de liège se concentrera sur le liège de haute qualité et la grande partie du liège non-bouchonnable n'aura pas une valeur économique suffisante.

Cela provoquera l'étranglement économique de la filière et des milliers d'hectares de chêne-liège seront soumis à l'abandon, aux incendies, à la substitution par d'autres espèces ou à des projets urbanistiques, etc.

D'un système étendu de milliers d'hectares de chêne-liège produisant des millions de bouchons pour des milliers de marques de vins, on passera à un système réduit où seulement une infime partie des forêts de chêne-liège sera exploitée. De plus, une dépression endogamique risque d'altérer ces peuplements voués à produire un liège de haute qualité, dont les rebuts ne pourront même plus approvisionner l'industrie qui permet la fabrication des isolants, parquets, etc.

Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux produits réalisés avec des matériaux durables. Le souci de préservation



Photo 2 :

Maria Carolina Varela est ingénieur de recherche à l'Unité sylviculture et produits forestiers de l'Institut de recherche portugais INIA.

Photo DA

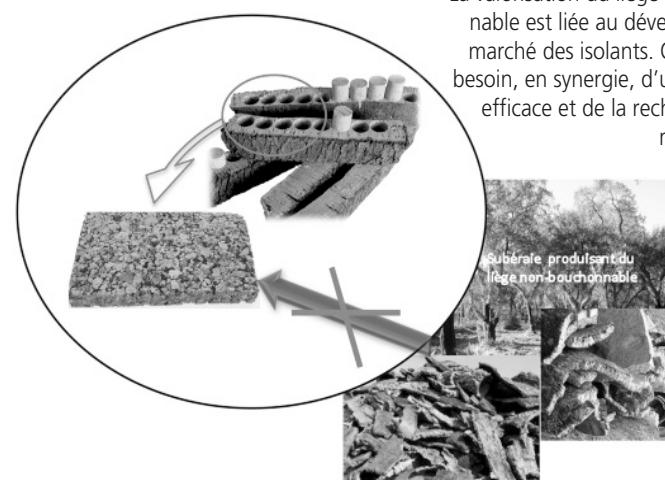


Fig. 1 :

La valorisation du liège non-bouchonnable est liée au développement du marché des isolants. Or ce dernier a besoin, en synergie, d'une promotion efficace et de la recherche pour sa modernisation.

Le logo Cork Mark

La plupart des consommateurs n'ont aucune information sur la composition du bouchon de la bouteille de vin qu'ils sont en train d'acheter.

C'est pour cette raison que la Confédération européenne du Liège (C.E.Liège), en partenariat avec l'European Forestry Commission – Food and Agriculture Organization (FAO), a créé le symbole Cork Mark, un logo international qui identifie les produits faits en liège ou composés d'au moins 51% de liège.

C'est-à-dire que si on achète une bouteille de vin portant le logo Cork Mark, cela voudra dire que cette bouteille de vin est embouteillée avec un bouchon fait de liège pur et produit en conformité avec des normes de qualité bien définies.

L'utilisation de ce logo est gratuit pour l'industrie vinicole ; cependant il est nécessaire de soumettre la demande d'usage de la CORK MARK à la C.E.Liège (web-site www.celiege.com).

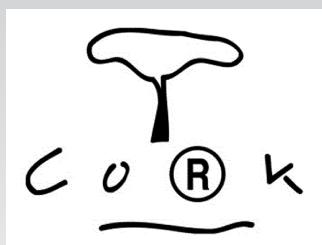




Photo 3 :

Pour assurer la survie de la filière liège, il faut convaincre les consommateurs d'acheter du vin bouché avec du liège.

Photo DA

de l'environnement naturel se développe. Le liège, en tant que matériau naturel et durable, est la grande valeur ajoutée du bouchon, un bouchon d'empreinte écologique nulle, "du berceau au tombeau", un "glamour" qu'aucun autre type de bouchage ne peut offrir à l'amateur de vin moderne.

Et si le bouchon en liège devient plus cher que ses concurrents synthétiques ?

Il faut convaincre les consommateurs que tous les vins méritent le "bon goût du bouchon en liège".

Photo 4 :

Les conférences des Journées techniques du liège ont été organisées à Collobrières (Var) par l'ASL de la suberia varoise.

Photo DA



Il est possible que le bouchon en liège destiné aux vins jeunes devienne plus cher que ses concurrents synthétiques. Il faut alors transformer cet état de fait en avantage, en faisant la promotion du caractère naturel du liège. Un message fort pourrait être diffusé : « *Ce vin pourrait coûter X centimes en moins s'il était bouché avec un produit synthétique, c'est la Nature du bouchon qui fait toute la différence.* »

C'est un angle d'attaque osé, ardu, peut-être laborieux, mais c'est la nouveauté dont le bouchon en liège a besoin. Des études montrent que les consommateurs sont disposés à payer plus, pour des produits préservant l'environnement (LAROCHE *et al*, 2001).

Si aucune promotion n'est faite, sans identification claire du bouchon en liège, nous aboutirons au schéma suivant :

– "bouchon coûteux - on m'aime - je vais vivre longtemps" ; "bouchon ordinaire - on ne m'aime pas - on va me laisser mourir" ;

– "liège bouchonnable - on m'aime - je vais vivre longtemps" ; "liège non bouchonnable - on ne m'aime pas - on va me laisser mourir".

M.C.V.

Pour en savoir plus...

Godden, P., Francis, L., Field, J., Gishen, M., Coulter, A., Valente, P., Hoj, P. & Robinson, E. 2001: Wine bottle closures: sensory properties of a Semillon wine-performance up to 20 months post-bottling. *Wine Indus. J.* 16(5): 93-112.

Michel Laroche, Jasmin Bergeron & Guido Barbaro-Forleo, 2001-Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products, *Journal of consumer marketing*, Vol. 18 NO. 6 2001

Varela MC, 2007- "Processo Símbolo da Cortiça, CORK@Mark". 100 pp, en portugais et en anglais. Ed Estação Florestal Nacional, INIA, Oeiras, Portugal

Maria Carolina VARELA
Chercheur, Ingénieur des eaux et forêts
INRB-Instituto Nacional de Recursos

Biológicos, INIA,
UISPF Unidade de Silvicultura e Produtos
Florestais

Quinta do Marquês, 2780-159 Oeiras, Portugal

Tel: +351 214 463 760/83

carolina.varela@inrb.pt

mariacarinavarela@gmail.com