

## La fierté d'être en liège

**Maria Carolina Varela**

**INRB-Instituto Nacional dos Recursos Biológicos  
(ex-Estação Florestal Nacional)  
Quinta do Marquês  
2780-159 OEIRAS (Portugal)  
mariacarolinavarela@gmail.com**



### Abstract

The importance of industrial products, most particularly the cork stopper, as the backbone of cork oak forest sustainability is addressed.

The depreciation of the cork stopper economical value would trigger the decline of the cork oak forests and all their irreplaceable environmental values. Economical deterioration may be a serious declining factor for forests, in ultimate circumstances highly devastating.

Cork is one of the finest barks at the forest realm, yet most of its uses are inconspicuous. In spite that cork and cork products are environmentally friendly an increase concurrence from synthetics is ongoing, specially at the stopper.

The need to defend and promote cork and all its ecological values near the consumers drove the cork oak network from FAO/Silva Mediterranea to promote the creation of the CORK® mark. The CORK® mark logo patent in wine bottles to make the stopper "visible" is a must to allow the consumer to identify the type of closure. Discrimination of wines at the basis of natural/synthetic closure is an added value for cork oak forests as well as for wines.

### Résumé

Les produits industriels du liège, et avant tout les bouchons, constituent l'épine dorsale de la valeur économique des forêts de chêne-liège et le soutien des valeurs écologiques, sociales et paysagères associées.

La concurrence des produits synthétiques, particulièrement sur les bouchons, peut être catastrophique si le bouchon en liège n'est pas soutenu par une promotion fine et audacieuse :

- 1- Donner au bouchon de liège un «visage» à l'extérieure de la bouteille ; par exemple dynamiser l'utilisation du logo international du liège – la marque CORK® – pour que le consommateur puisse identifier le type de bouchon avant l'ouverture, et donc établir leur choix des vins et des boissons spiritueuses en fonction du bouchon ;
- 2- Mettre en avant auprès des amateurs de vin les caractéristiques naturelles et les avantages environnementaux du bouchon de liège ;
- 3- Démontrer aux caves que le bouchon de liège représente une valeur ajoutée vis-à-vis des vins utilisant des bouchons synthétiques.

Nous débattons de :

- L'inutilité des questionnaires réalisés auprès aux consommateurs ;
- L'inutilité d'une obligation administrative d'informer du type de bouchage sur la bouteille ;
- L'effet perfide des logos « forêt à gestion durable » pour identifier le bouchon de liège ;
- La diversification des usages du liège ;
- Le tort malheureux que le recyclage des bouchons, à l'heure actuelle, représente pour le monde du liège.

**Mots-clés :** cork stopper, cork oak, Quercus suber, synthetic closure, cork mark

## The Cork® mark

Vie brève, rapidement écourtée par l'oxydation, altération des fragrances et dégradation en vinaigre, tel a été le destin du vin pendant des siècles, avant l'usage du bouchon de liège.

Voilà la fierté du bouchon de liège : être le garant NATUREL de la préservation, de la finesse et de la longévité d'une des plus grande boissons que la Nature ait offerte à l'Homme.

Pendant 3 siècles, le liège a dominé le bouchage des vins sans alternative. Malgré son rôle technique irremplaçable, le monde du liège s'est contenté d'être perçu comme un élément secondaire, invisible et oublié de la bouteille. Une grande erreur technique, une énorme erreur stratégique.

Le monde du liège aurait dû plutôt, et ce depuis longtemps, travailler en interne sur des hypothèses d'apparition de produits concurrents. Maintenant que des bouchons alternatifs aux performances techniques satisfaisantes sont apparus sur le marché, il faut un énorme travail pour regagner le temps perdu.



*Le bouchons de liège, une offrande de la nature faite aux vins.*

## Fier d'être naturel

Le liège à l'état pur et renouvelable est une rareté du monde végétal.

On peut le trouver sur le chêne-liège de Chine (*Quercus variabilis*) et sur *Phellodendron amurense* connu sous le nom d'arbre à liège de l'Amour, ou Arbre à liège de Chine : ces deux espèces forestières sont couvertes d'une couche complète de liège qui se renouvelle si on la retire.

Mais il manque au liège de ces arbres, comme l'avait déjà remarqué Vieira Natividade en 1950, les qualités nécessaires pour la fabrication des bouchons, notamment l'élasticité.

C'est seulement sur le chêne-liège (*Quercus suber* L.) que l'on trouve un liège avec des qualités parfaites pour fermer les bouteilles de liquides.



*Phellodendron amurense* connu sous le nom d'arbre à liège de l'Amour, ou Arbre à liège de Chine : cette espèce forestière est couverte d'une couche complète de liège qui se renouvelle quand elle est retirée.

### La promotion du bouchon de liège et les chimères

#### a) La promotion de « la dame au visage voilé »

Le bouchon de liège, produit sur lequel se base toute l'économie des suberaies, se partage entre deux grands secteurs : les vins de garde et les vins ordinaires.

Pour les vins de garde, il existe inéluctablement une culture du bouchon en liège, mais ils représentent moins de 20 % des vins mondiaux. Le pilier de l'exploitation économique durable des suberaies est donc constitué par les vins ordinaires, soit exactement ceux pour lesquels la culture du liège est la plus faible, et même en péril en ce qui concerne le Nouveau Monde.

Même en l'absence de promotion intensive, le bouchon en liège perdurera au sein de la forteresse constituée par les vins de garde. Mais pour les autres vins, il s'étiolera peu à peu derrière de la capsule à vis ou face à l'indifférence de l'amateur de vin vis-à-vis du type de bouchon.

Pour produire les bouchons pour vins de garde, on n'a besoin que d'une petite partie de la totalité des suberaies qui existent à l'heure actuelle, cela signifie une morte lente ou un abandon des suberaies dont le liège n'a pas la qualité demandée pour les vins haut de gamme.

2 millions d'hectares de chêne-liège pourraient ainsi connaître une agonie économique si le bouchon n'est pas mis en valeur pour les vins ordinaires.

Pour bien promouvoir le bouchon de liège, il faut absolument s'adresser à la conscience et aux valeurs environnementales des consommateurs.

Mais jusqu'à présent, le bouchon est l'élément occulté de la bouteille de vin, que l'on aperçoit seulement après le débouchage. Il est bien l'objet de quelques actions de promotion, mais qui sont complètement inutiles et sans effets s'il continue à rester invisible dans le goulot de la bouteille qu'il obture.

Promouvoir le bouchon en liège sans lui donner de visibilité à l'extérieur de la bouteille, c'est promouvoir « la dame au visage voilé », dont la véritable identité se révélerait offensive pour tous ceux qui ont donné du crédit aux actions de promotion.

*b) Les enquêtes auprès des consommateurs de vin*

On nous présente souvent les enquêtes disant que la majorité des consommateurs de vin préfèrent le bouchon de liège aux autres types de bouchons comme étant une action de défense du bouchon de liège.

Non seulement ces enquêtes sont d'une inutilité absolue, mais de plus l'opinion du consommateur ne sert à rien si le système est ainsi fait qu'il ne peut pas influencer sur les décisions. L'opinion publique est ainsi fortement opposée aux armes nucléaires, à l'exploitation humaine, à la misère et à la famine, aux marchés des enfants, etc. Mais tout cela CONTINUE À EXISTER, parce que les personnes n'ont aucun moyen d'imposer ces préférences ou ces convictions.

Les sondages montrant que le consommateur de vin préfère le bouchon en liège sont complètement inutiles s'il n'y a pas à l'extérieur des bouteilles un élément qui permette un choix rapide, comme par exemple une image annonciatrice.

Sans une information à l'extérieur des bouteilles, le consommateur ne peut pas exercer son droit de préférence en faveur du bouchon NATUREL.

*c) Information écrite sur la bouteille sur le type de bouchon*

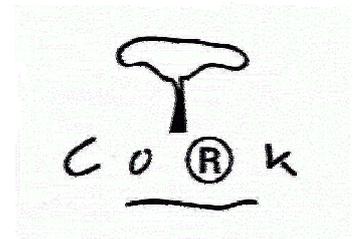
Le nombre des amateurs de vin qui va lire une phrase sur le type de bouchon imprimée quelque part sur la bouteille (probablement en caractères très petits) avant de se décider est certainement insignifiant : une inutilité en plus pour la défense du liège. Une telle mesure administrative est inutile pour exhorter le consommateur à la défense du bouchon de liège.

*d) Les logos de gestion durable ou la vérité qui peut tromper*

L'utilisation des bouchons provenant de forêts dont la gestion durable est certifiée peut paraître comme une action importante pour promouvoir le bouchon en liège. En réalité, un tel logo (FSC ou PEFC) sur une bouteille de vin peut facilement se retourner contre le liège. Un vin peut exhiber le logo « forêt certifiée à gestion durable » grâce à l'utilisation de produits forestiers comme le bois des barriques, les cartons de transport, ou même le papier de l'étiquette, et en dans le même temps utiliser un bouchon en plastique ou en métal !

**Le liège a son logo, le symbole du liège : CORK® MARK**

Le symbole du liège – CORK® mark – a été créé avec pour but d'être imprimé à l'extérieur des bouteilles pour annoncer de façon instantanée la présence du bouchon en liège.



**La fierté d'être en liège**

La fierté ouvre le chemin de la qualité.

Pour défendre et promouvoir le bouchon de liège, nous devons assumer franchement son identité, sans pour cela s'habiller de logos empruntés à d'autres, sans recourir à l'appui d'artifices administratifs, nous devons lutter et démontrer auprès des caves tous les avantages qu'il y a à utiliser le logo CO®K, une image simple, facile à mémoriser, et esthétique.



Tinned cork trunk of the cork oak tree: a figure reports the last year of debarking within the admitted nine year cycle at the Portuguese cork oak.

Em Portugal o cortiça é pintado no tronco anualmente o último ano de desbarricamento, no ciclo de nove anos.

Estação Florestal Nacional

Processo do Símbolo da Cortiça Cork®Mark

Maria Carolina Varela