

LE VERRE-MATÉRIAU DE LA BOUTEILLE DE VIN

Le verre est une des matières principales de la viticulture, parce qu'il permet de produire les bouteilles pour contenir, transporter et vendre le vin. La « bouteille » est ainsi devenue le standard du vin comme « produit ».

■ NICOLAS MESSIEUX

Le verre est un matériau traditionnel de la viticulture et il permet de distribuer le vin dans un format simple. La « bouteille » est ainsi devenue l'élément standardisé de la vente et de la production de vin, au niveau des exploitants, avec des éléments comme les hectares ou les cépages. Pour la vente, les cartons de 6 ou de 12 bouteilles sont des standards, faciles à expédier et à préparer. Pour les statistiques de production et de vente, l'hectolitre est préféré car il permet aussi de tenir compte des volumes non distribués sous forme de bouteille. Petite particularité

de notre marché suisse la « bouteille » standardisée ne l'est pas complètement puisqu'une partie importante du vin (blanc) vaudois est vendu en Demi-Pot de 70 cl. Cette « niche » représente 25 % de la production de Vetropack - le fabricant suisse de bouteilles - et lui assure une position intéressante par rapport à la concurrence étrangère.

Le verre est fabriqué à partir de sable de quartz (70 %), de soude et de chaux, auxquels on ajoute des minéraux afin d'influer sur la couleur finale du verre. La couleur naturelle du verre est... le vert et





Bouteilles de rosés dans un supermarché romand. Les bouteilles plus « fantaisies » correspondent aux marques internationales qui se distinguent par leur marketing particulier. Dans l'ensemble, c'est dans les bouteilles de rosé que l'on trouve la plus grande variabilité de formes et de couleurs. Photo : N. Messieux/AMTRA.

malgré l'homophonie, « verre » vient du latin *vitrum* (qui a donné la vitre) et *videre*, « voir ». La propriété remarquable de ce produit présente dans son étymologie est donc le fait qu'il laisse passer la lumière en étant transparent ou translucide.

Le verre comme contenant a des propriétés intéressantes par le fait qu'il protège le contenu tout en le donnant à voir, qu'il est relativement solide, qu'il a une stabilité chimique totale et qu'il peut être recyclé à l'infini sans perte. Sa matière première est présente en abondance sur l'entier de la planète et le verre est fabriqué depuis 3500 ans.

LA BOUTEILLE, OBJET MARKETING ET DE PRESTIGE

La « bouteille » est LE signifiant du vin, bien plus que n'importe quel autre élément. C'est grâce à la bouteille de forme et de proportions relativement standardisées qu'on identifie le vin – ou le mousseux. Le vin se distingue en cela des autres alcools qui ont des bouteilles de formes beaucoup plus hétérogènes et souvent décorées – propres à chaque entreprise ou type d'alcool. Les spiritueux prove-

nant de l'arboriculture (kirsch, abricotine, damasine, ...) ont les bouteilles les plus simples puisque le produit est moins « complexe » ou « élaboré » que des alcools plus complexes, à fermentation longue ou à la liste d'ingrédients secrets ou compliqués.

Le marketing « de marque » joue de manière importante sur les bouteilles, ainsi que le positionnement. On remarque que pour les vins, ce sont les rosés qui ont les bouteilles les plus hétérogènes, avec notamment des marques internationales comme Mateus Rosé (Portugal) ou Château Miraval (Provence, Pitt/Jolie). Les rosés français ou suisses restent eux dans des bouteilles plutôt classiques. Le rosé est aussi la bouteille qui a le plus de chance d'être transparente puisque la couleur fait vendre, positionne le produit et que le fait que ce vin n'est quasiment jamais gardé limite les soucis de conservation.

FORME, « CUL », POIDS, ÉPAISSEUR ET IDENTITÉ DU VIN

Le fait que des bouteilles de 70 cl existent dans le canton de Vaud et parfois dans les cantons voisins est une propriété particulière, et elle permet de se différencier au niveau marketing et de l'identité. La bouteille de 75 cl est LE standard européen pour le vin, alors que pour les autres alcools il n'existe généralement pas de standard particulier (à part le litre), si l'on excepte la bière où le 33 cl fait aussi référence. Par contre, ce qui est intéressant est que la bouteille 70 cl a généralement un fond plat et un verre relativement « fin » – le fond plat se trouvant même pour des bouteilles 75 cl vaudoises. Lors d'une initiation au vin reçue à Paris, il y a une dizaine d'années, on nous avait dit qu'un moyen rapide de repérer la « valeur » d'un vin rien qu'à la



Le « cul » plat d'une bouteille de 70 cl de Dézaley Grand Cru (autour de 20 francs dans le commerce).

Photo : N. Messieux/AMTRA.

**Bouteilles de vins de Morges de
70 cl, de formes différentes.
Photo: Nicolas Messieux /AMTRA.**



bouteille était justement un cul de bouteille creux. Les bouteilles 1^{er} prix étaient en effet vendues avec des fonds plats en France. Force est de constater que la Suisse se distingue ici et que même les grands crus se présentent dans des bouteilles à fond plat, en particulier sur les Blancs vaudois. Cette question de la particularité du fond plat

rejoint aussi la question de la capsule préférée au bouchon, une autre originalité des bons vins de chez nous.

Au niveau de la matière, du prix, de l'énergie nécessaire, du poids, une bouteille légère a de nombreux avantages. En plus du simple aspect «de qualité» d'une belle bouteille, la solidité sous forme de non-déformabilité est également un aspect essentiel pour le champagne et les vins mousseux qui demandent d'être remplis sous haute pression (afin d'assurer un bouchon qui «saute»). La bouteille en verre protège le contenu en filtrant d'autant plus les rayons UV que la bouteille est sombre et évite une dégradation rapide du contenu s'il est exposé à la lumière ambiante. Le verre a aussi une stabilité chimique totale qui évite que des micro-particules se retrouvent dans la boisson comme avec des bouteilles en plastique. Les progrès technologiques de ces dernières années ont également permis aux fabricants de développer des bouteilles nettement plus fines, qui utilisent donc beaucoup moins de matière première et d'énergie et pèsent moins - sans que le consommateur ne paraisse s'en plaindre ou s'en offusquer.

ANNONCE

Depuis près de 50 ans auprès de vous
en Suisse, dans les cantons de Genève,
Tessin, Valais, Vaud.

JEAN-CLAUDE
FAY
PÉPINIÈRES
VITICOLES

PEPINIERES VITICOLES

Après plus de **60 ans d'exercice de notre métier**, nous portons une grande attention à la qualité de nos plants.

Des réponses à vos demandes, de très haut niveau qualitatif :

- un **contrôle total** des vignes mères,
- la **traçabilité et le contrôle sanitaire** rigoureux du matériel,
- les contrôles effectués par un **organisme indépendant**,
- possibilité de **greffer vos sélections**.

+33 (0)6.70.73.98.10.
www.pepinieres-viticoles-fay.fr



LAVER OU RECYCLER ?

En Suisse, la production de bouteilles pour le vin se fait uniquement dans la verrerie de St-Prex (VD) qui appartient à Vetropack et produit près de 130 millions de bouteilles annuellement. La Suisse importe plus de verre qu'elle n'en exporte (notamment au travers des importations de vin, bières et récipients en verre), ce qui permet de fonctionner largement sur le recyclage et avec peu de besoins en matière première.

Le recyclage est une des composantes essentielles de l'économie circulaire, qui permet de limiter au maximum l'utilisation de matières premières, les émissions de gaz à effet de serre et l'utilisation d'énergie. La Suisse est l'un des pays pionniers du recyclage du verre, est très élevé grâce au tri sélectif (idéalement avec ventilation couleur). Le verre recyclé 60 % à 100 % (suivant la couleur du verre) de la matière première utilisée pour produire du verre

Laveuse de bouteilles.
Photo: IStock.



chez Vetropack. Le recyclage du verre est un procédé très efficace, tant en termes d'énergie, de matière première, de coût que de simple procédé technique. Le verre est recyclable à 100 %, comme l'aluminium, ce qui est bien meilleur par exemple que le papier (qui se ne se recycle pas à l'infini car les fibres perdent de leur qualité) ou que les plastiques (qui sont assez difficiles à recycler et/ou perdent en qualité).

L'autre possibilité qui s'offre à la bouteille en verre est la réutilisation, encore plus avantageuse en termes de bilan écologique que le recyclage. Cela dit, récolter les bouteilles vides est compliqué et passe souvent par l'établissement de consignes, et nécessite donc une organisation dans les magasins pour récupérer les bouteilles et rémunérer ceux qui les ramènent. La consigne sur les bouteilles a été abandonnée en Suisse pour le grand public, mais est encore en vigueur dans des pays comme la Belgique ou l'Allemagne, notamment sur les bouteilles de bière. En Suisse, les bouteilles lavées sont obtenues principalement chez les restaurateurs ou lors des grands événements, puisque les particuliers jettent leurs bouteilles dans les conteneurs à verre où le verre est ensuite recyclé. Univerre est le plus important acteur du lavage industriel de bouteilles en Suisse avec près de 24 millions de bouteilles traitées annuellement sur son site de Sierre. Le lavage de bouteille n'utilise que le quart de l'énergie qu'utilise le recyclage (et émet moins de CO₂, utilise moins de matière première), ce qui est donc très intéressant du point de vue écologique. La puissante laveuse de Sierre traite près de 12000 bouteilles à l'heure (soit 3 à la seconde), décolle les étiquettes, stérilise et trie par couleur et forme. Ce tri nécessite donc une certaine standardisation des bouteilles, même si le nombre de références atteint par exemple 700 chez Univerre.

POURRAIT-ON REMPLACER LE VERRE PAR AUTRE CHOSE ?

Le verre a quelques défauts : c'est un produit industriel, complexe, bruyant, lourd et dangereux s'il est cassé. Mais il est stable, infiniment recyclable, so-

lide et sûr, et peut être produit localement à partir de matière première indigène.

Dans une optique de commerce, les briques en carton/plastique sont particulièrement « pratiques » et faciles à jeter dans une poubelle. Tout le monde connaît « de vue » la brique de vin très bon marché (*vino tinto*) ou de certaines préparations industrielles comme des sangrias. Mais la brique plastique n'est pas recyclée ou valorisée en Suisse et constitue donc un déchet vraiment peu intéressant et écologiquement douteux.

La bouteille PET est employée par certaines entreprises françaises désireuses de se profiler comme à l'avant-garde de la réduction des flux de matière et d'énergie en viticulture – par exemple le domaine Galoupet (qui appartient au géant LVMH). Elle est facilement recyclable, utilise peu de matière et est très légère, ce qui limite les émissions de CO₂. Le PET est envisageable notamment pour des vins qui ne se gardent pas et sont consommés rapidement – là encore et typiquement des rosés.

Le cubi/BIB est l'autre produit de remplacement qui s'offre. Facile à stocker et à transporter, convivial avec son petit robinet, il facilite la vie dès qu'il s'agit d'organiser un apéro, une fête voire de travailler en grandes quantités lors de réceptions. Le cubi a l'avantage d'être très bon marché à fabriquer, d'avoir un faible poids ajouté à celui du liquide, d'être très solide. Il a aussi l'avantage d'être facile à jeter : carton d'un côté, poche plastique de l'autre – par contre, cette dernière n'est pas recyclable. En termes de bilan écologique, malgré cela, il semble qu'il soit plus économe en émissions de CO₂ et en utilisation d'énergie et de matière, notamment parce le poids du transport est plus faible qu'avec le verre. 🍷

Sources: Vetropack; Univerre; Swissrecycling; Vitisphere: « Comment le plastique peut être fantastique pour une bouteille de vin » par Alexandre Abellan (vitisphere.com, 22 juin 2022).