



© Radoux



tine. Seule l'Afrique du Sud marque le pas avec un rand dévalué et des exportations qui peinent à une commercialisation hors Grande-Bretagne. Quant à la Chine, elle reste un Eldorado encore lointain même si certaines tonnelleries comme Nadalié ont d'ores et déjà embauché un commercial sur place pour pousser leur pion.



© D.R.

Julien Ségura, directeur commercial chez Boutes ; Nicolas Mähler-Besse, directeur commercial chez Radoux.

Des chauffes de plus en plus spécifiques

« La profession ne s'endort pas sur ses lauriers, elle écoute, déguste, teste et cherche toujours à répondre aux remarques et aux attentes des clients », clame Jean-Marcel Jaeglé. Nadalié avait lancé, en 2005, Perle Blanche, pour les vins blancs, qui a commencé à être commercialisée dans l'Hémisphère Sud (USA, Australie, Nouvelle-Zélande), et au début de l'année, une chauffe « Noisette » spécifique aux vins rouges afin de mieux mettre en valeur le fruit, en particulier du merlot. Boutes a lancé également cette année un ambitieux programme d'essais avec des propriétés bordelaises et languedociennes pour affiner certaines données sur l'origine du bois et « travailler sur des barriques aromatiquement plus prononcées et qui correspondraient aux attentes de plus grosses structures, notamment espagnoles et italiennes, qui ne passent qu'une partie de leur production en bois avant assemblage », complète Julien Ségura. Saury a également travaillé en 2006 sur des barriques plus aromatiques, notamment pour des milieux de gamme de gros opérateurs, plus sensibles au prix (environ 10 % moins chères). Rousseau a développé en 2005 le fût Piano, donnant des vins au boisé plus fondu et délicat, afin de faciliter les dégustations en primeurs, et un fût

Allegro en avril 2006 pour apporter, en revanche, plus de matière notamment aux rouges.

En attendant les copeaux

Ils arrivent ! Les alternatifs ou dérivés (ou staves selon le vocable anglo-saxon) sont à l'ordre du jour en Europe, dans l'attente de la nouvelle réglementation autorisant leur utilisation et plus seulement à titre exceptionnel comme c'était déjà le cas en particulier en Languedoc pour les VDP d'Oc. « Tous les vinificateurs qui font du volume, notamment dans le Sud de la France, s'y essayent déjà, précise Denis Sabouret, secrétaire général de Nadalié. Les dérivés sont particulièrement adaptés aux produits d'entrée de gamme qu'ils bonifient avec un boisé discret qui sert de caisse de résonance au bouquet d'arômes. » C'est joliment dit et chez Nadalié, on sait de quoi on parle puisque la tonnellerie a lancé, il y a déjà vingt ans, la planche à vin (wine wood), saisissant en pionnière l'opportunité que représentait le nouveau marché californien. Aujourd'hui, la gamme « Oak add-ins » est riche de nombreuses références en produits dérivés de vinification, d'élevage et d'aromatization. « Tous les marchés sont en développement, sauf l'Europe, les décrets d'application tardant hélas à sortir, estime Denis Sabouret. Moyennant quoi les champions des dérivés sortent d'universités spécialisées australiennes et californiennes et il faut s'attendre à ce que la nouvelle génération de wine-makers ne soit plus européenne et encore moins française. » Les dérivés représentent pourtant un moyen de fournir « un boisé économique à ceux qui ne peuvent se payer des barriques, précise Philippe Rapacz. Avec un ratio environ dix