Crealis

LA CAPSULE, LA FINITION ET LA PROTECTION INDISPENSABLES POUR LES BOUTEILLES DE VINS

Détail essentiel dans l'univers des packagings des vins, la capsule se présente comme une finition et une protection indispensables. Dans un contexte de recherche de sécurité alimentaire mais aussi de premiumisation de la production de vins et des spiritueux, la capsule s'affirme comme une garantie pour la filière et un véritable repère pour les consommateurs.

Crealis, leader mondial des solutions de bouchage et surbouchage, produit près de 6 milliards d'unités toutes productions confondues chaque année sous ses huit marques expertes dans le monde, pour les vins tranquilles et effervescents et les spiritueux. Innovant et tourné vers l'avenir, Crealis développe des capsules de plus en plus éco-responsables et déploie des moyens importants en R&D pour accélérer sur la green tech.

Le groupe international détaille ici les trois rôles essentiels de ses solutions de surbouchage.

LA SIGNATURE *Des producteurs*

Que serait un flacon de parfum sans son bouchon ? Il manquerait assurément quelque chose. À l'instar d'un bouchon de parfum, la capsule fait partie intégrante du packaging des vins. Cet element protecteur, comme pour le bouchon de parfum, est par ses formes et ses couleurs, un composant de l'image de marque du producteur.

Artistique, élégante, sophistiquée, minimaliste, colorée, technique, la personnalisation de la capsule est la finition qui permet aux producteurs d'afficher leur positionnement. À la fois finition et repère visuel, la capsule attire le regard dans une cave où les bouteilles sont conservées à l'horizontal. En magasin, elle introduit de la lisibilité dans une offre abondante et souvent indifférenciée : ses couleurs rouge, noir, gris, doré, guident le client et vont jusqu'à le renseigner sur la cuvée. Partout, le dialogue qu'elle entretient avec l'étiquette construit l'identité de la marque, affirme ses choix et assoit son positionnement dans un univers de consommation du vin qui tend à la premiumisation.

LE POINT DE VUE DU PRODUCTEUR

« La capsule joue un rôle essentiel en reconnaissance et image de marque. L'identité du domaine Figuière est reprise sur la capsule, par la typographie et l'esthétisme.
L'inscription « naturellement inspiré » renforce le caractère élogieux du vin, le différenciant des autres bouteilles. La capsule converse avec l'étiquette pour créer un concept visuel propre au vin et au domaine Figuière. »

François Combard, co-propriétaire du domaine Figuière en Provence

GARANTE DE L'INTÉGRITÉ *Du vin*

Esthétique mais surtout fonctionnelle, la capsule remplit également une fonction importante de protection en matière d'hygiène. En effet, elle érige une barrière contre la plupart des contaminations extérieures sur le bouchon (poussières, bactéries, …). Sa présence sur les bouteilles rassure le consommateur sur l'intégrité du vin quel que soit le temps de conservation et le lieu de stockage.

Tel un sceau de sécurité, elle garantit également l'authenticité du vin et son origine. L'ajout de la capsule est la dernière étape avant la commercialisation du vin, elle atteste donc de l'origine du vin contenu dans la bouteille. Dans un contexte de traçabilité, c'est une composante essentielle pour parer d'éventuelles contrefaçons, un argument commercial capital pour les producteurs et une garantie pour les consommateurs.

LE POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS*

« Je suis sensible à l'hygiène au niveau de tout ce qui est produit alimentaire et boissons, il est vrai que le fait de disposer d'une capsule permet de prévenir des contaminations extérieures dans les rayonnages. Le bouchon est préservé des éléments extérieurs : l'humidité, les poussières ça préserve le bouchon à l'ouverture. »
Xavier

« La présence de la capsule me certifie que le vin vient bien du lieu où il a été embouteillé. »
Fabien

*Une étude qualitative menée en octobre 2022 par SOWINE, en collaboration avec l'Ecole Supérieure des Agricultures d'Angers

LE POINT DE VUE DU PROFESSIONNEL

« La capsule me permet d'avoir une traçabilité et une garantie d'origine du vin. C'est primordial pour éviter la fraude notamment sur les grands vins. Dans notre bistrot parisien, nous sommes attachés à l'authenticité dans la cuisine, dans la salle et dans le verre. L'ouverture d'une capsule ou d'une coiffe fait partie d'un geste traditionnel de nos métiers de la restauration. Il est important de les mettre en avant pour redonner de la noblesse à l'authenticité. D'ailleurs, nos clients aiment conserver les capsules des grands vins bus à table, c'est un souvenir de leur repas. »

Frédéric Sénéchal – Chef sommelier du restaurant Le Bon Georges Paris

COMPOSANTE MAJEURE DU RITUEL *De service*

Première partie du service du vin, l'ouverture de la capsule fait partie d'un cérémonial ancrée dans la culture du service et des arts de la table. Sur table, elle valorise la bouteille et rassure par sa présence les convives. Les sommeliers et professionnels de la vente de vin et spiritueux apprécient ce moment d'ouverture, une expérience qui permet de montrer aux clients l'authenticité du vin.

Pour les particuliers lors d'une consommation à domicile, en famille et entre amis, l'ouverture de la capsule, avec ses techniques et ses questions font souvent débat à table et fait partie intégrante du moment de service. Ce rituel d'ouverture est bien installé dans le service du vin, quel que soit l'âge des consommateurs. C'est un préliminaire. Dans l'esprit, la capsule est un élément quasi culturel !

QUEL AVENIR POUR LA CAPSULE ?

Créateur de solutions sur mesure de bouchage et surbouchage, Crealis participe à la valorisation et la garantie qualitative des bouteilles de vins et spiritueux. Pour répondre aux nombreuses exigences des producteurs, Crealis investit de manière continue dans des plans d'innovation et poursuit des programmes de recherche et développement ambitieux. Conscient de produire un « consommable » dans le cycle d'utilisation des produits de leurs clients, Crealis fait de la durabilité un des piliers centraux de sa stratégie de production et s'engage dans la diminution de l'impact environnemental de ses produits en valorisant des matériaux recyclés.

> *« Le développement durable et la diminution de l'impact carbone de notre production et de nos produits, font partie des priorités du groupe. Nous souhaitons développer les innovations durables pour garantir à nos clients et aux consommateurs des produits plus éco-responsables. »*
>
> Christophe Mendez, Directeur général Sparflex – Crealis

À PROPOS DE CREALIS

CREALIS est le groupe leader des solutions de bouchage et surbouchage pour les marchés des vins tranquilles et effervescents, les spiritueux, les bières, l'huile d'olive et les vinaigres. Le groupe s'appuie sur la solide réputation et l'expertise de 8 marques renommées : SPARFLEX, LE MUSELET VALENTIN, ENOPLASTIC, RIVERCAP, MAVERICK, PE.DI, SUPERCAP et CORCHOMEX, apportant leur savoir-faire unique. Le groupe compte 18 sites de production : 5 en France, 3 en Italie, 3 au Portugal, 2 en Espagne, 2 aux Etats-Unis, 1 en Australie, 1 en Nouvelle-Zélande et 1 au Mexique. Le groupe commercialise dans plus de 70 pays dans le monde grâce à un vaste réseau de vente.

CONTACTS PRESSE :

Agence SOWINE

Loïc Verneyre – loic@sowine.com - 06 71 61 90 23

Christopher Renvoisé – christopher@sowine.com – 06 64 11 87 56

CREALIS

ISABELLE GRUARD,

Directrice Marketing Groupe

Isabelle.gruard@crealisgroup.com

www.crealisgroup.com

Crealis | enoplastic | Sparflex | Le Muselet Valentin | RIVERCAP | maverick ENTERPRISE, INC | PE.DI | Supercap | CORCHOMEX