



Dossier

ART DE VIVRE - VINS & SPIRITUEUX



Les partenariats entre vignerons et restaurateurs

Bacchus et Cupidon

Gastronomie et œnologie,
un mariage naturel mais des
rapports de séduction parfois
tendus

Le vin et la gastronomie sont intimement liés. À tel point qu'au sein des restaurants, une profession, celle des sommeliers, a pour rôle d'imaginer et de conseiller aux clients les meilleurs accords mets-vins. Pour les vignerons, placer leurs vins dans des restaurants présente un intérêt économique, mais aussi d'image, notamment lorsqu'ils ciblent les tables étoilées. Quant aux restaurateurs, le vin représente avant tout une manne dont ils tirent d'appréciables bénéfices en y appliquant un coefficient multiplicateur important. Certains établissements vont jusqu'à faire le pari gagnant de placer le vin au centre de leur concept, afin de séduire une clientèle d'amateurs éclairés toujours plus nombreux et désireux de boire moins, mais mieux.



FABIEN HUMBERT

Pour un vigneron, placer ses vins dans un restaurant est d'abord une priorité d'ordre économique. Le secteur des cafés-hôtels-restaurants (CHR) représente en effet 10 % des ventes de vin en France. Une manne qu'il est difficile d'ignorer. Mais l'autre intérêt d'être présent sur la table d'un restaurant relève de l'image, notamment s'il s'agit d'une table étoilée. Car aujourd'hui, produire un vin de qualité n'est pas suffisant. Pour être réellement considéré comme un "grand vin", apparaître sur la carte et sur le radar des critiques en vins, il faut être présent sur les tables les plus prestigieuses. "Être référencé dans des restaurants étoilés est une étape obligée lorsqu'on veut être est domaine reconnu", estime Mathieu Picourt, responsable commercial Château de Villars Fontaine Bourgogne, situé en AOC Côtes de Nuits. En tant que représentant d'un domaine qui travaille à redéfinir son image, il a donc basé sa stratégie sur le référencement dans les établissements prestigieux, dans la capitale comme en région. Mais l'exercice n'est pas aisé, car les bonnes tables sont très sollicitées, et confrontés à des choix cornéliens. "Je reçois quasiment tous les jours des vignerons ou des distributeurs qui viennent pour me faire goûter leurs produits", témoigne Philippe Faure-Brac, meilleur sommelier du monde et patron du Bistrot du sommelier, à Paris. Pour

être référencé sur une bonne table, un vigneron doit présenter un excellent produit, mais aussi avoir de la chance. "Nous recevons tout le monde, mais nous ne pouvons pas référencer tout le monde", explique Hieu To, directeur de l'hôtel Raphaël, situé dans le XVI^e arrondissement de la capitale. Cependant, il arrive parfois que nous cherchions des produits bien précis selon la saison ou la carte, et que des vignerons ou des agents se présentent au bon moment avec le bon produit." Certains établissements sont tellement demandés qu'ils ne fonctionnent que sur recommandation. C'est le réseau des restaurateurs qui fait office de premier comité de sélection.

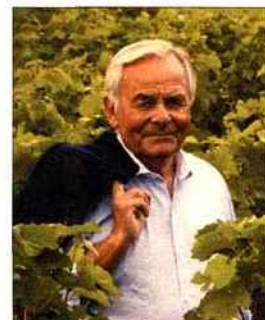
Si les tables prestigieuses sont si demandées, c'est aussi parce qu'elles mettent en valeur le vin. Elles savent le conserver dans de bonnes conditions, et surtout le servir. Au restaurant, la plus-value du vin se fait par le conseil. "Nous comptons beaucoup sur les sommeliers pour expliquer nos vins et les proposer avec des plats adéquats", confirme Lilian Barton-Sartorius, propriétaire du château Léoville-Barton, situé en AOC Saint-Julien. C'est pourquoi les vignerons soucieux de voir leur vin idéalement consommé ciblent en priorité les établissements qui emploient un ou plusieurs sommeliers. Certains d'entre eux, comme Philippe Faure-Brac, Olivier Poussier ou Caroline Furstoss, sont même de véritables stars qui font jeu égal avec les chefs en termes de notoriété. C'est en effet le sommelier qui, en partenariat avec le chef, construira les accords mets-vins qui raviront les papilles des clients... et des vignerons. "Nous travaillons toute l'année pour faire un bon

produit, pour le faire partager, le faire boire", explique Jean Merlaut, propriétaire du château Gruaud-Larose (AOC Saint-Julien). Et c'est avec la grande cuisine que nos vins se boivent le mieux. Pour nous c'est un accomplissement." Au final, si les restaurateurs sont si fiers de voir leurs vins dans des restaurants étoilés, c'est sans doute parce qu'ils savent que c'est bien là qu'ils pourront le mieux s'épanouir et s'exprimer au contact des meilleurs produits. Sauf que les mêmes vignerons pestent contre les prix auxquels sont vendus leurs vins dans certains restaurants...

Question de prix

Le prix du vin au restaurant est en effet un sujet hautement polémique. La pomme de discorde est un concept abscond nommé "coefficient multiplicateur", qui détermine la différence entre le prix d'une bouteille de vin vendue par le vigneron au restaurateur, et le prix que ce dernier facturera au client de son restaurant. Chose difficile à admettre pour la plupart des consommateurs, la majorité des restaurants pratique un coefficient multiplicateur compris entre 3 et 5. Une bouteille achetée par le restaurateur 5 € pourra donc être facturée entre 15 et 25 € au client. Une marge à faire pâlir d'envie, d'autant que ce coefficient est parfois encore plus élevé. "Certains restaurateurs exagèrent sur les coefficients pratiqués, beaucoup de vignerons regrettent ce phénomène", prévient Lilian Barton-Sartorius. Il est difficile en effet de douter du fait que certains restaurateurs se servent du vin pour faire leur beurre. Mais les choses sont plus compliquées qu'il n'y paraît. Si le vin est

Si le vin est cher c'est fréquemment parce que le prix des plats est bas. Les mets jouent ici le rôle de produit d'appel et ne permettent pas toujours au restaurateur de gagner de l'argent



"Nous avons souhaité que la carte des vins de La Grande Maison soit unique au monde avec 165 crus classés de Bordeaux." Bernard Magrez, groupe Bernard Magrez.

Le secteur des cafés-hôtels-restaurants (CHR) représente 10 % des ventes de vin en France. Une manne qu'il est difficile d'ignorer. Mais l'autre intérêt pour un vigneron d'être présent sur la table d'un restaurant relève de l'image, notamment s'il s'agit d'une table étoilée



Chose difficile à admettre pour la plupart des consommateurs, la majorité des restaurants pratiquent un coefficient multiplicateur compris entre 3 et 5



"Nous comptons beaucoup sur les sommeliers pour expliquer nos vins, et les proposer avec des plats adéquats." Lilian Barton-Sartorius, château Léoville-Barton.

cher, c'est fréquemment parce que le prix des plats est bas. Les mets jouent ici le rôle de produit d'appel et ne permettent pas toujours au restaurateur de gagner de l'argent. Ce dernier se rattrape alors sur le prix du vin. Parfois, le coefficient appliqué au vin permet aussi de payer la qualité du service. "Si le

sommelier me conseille efficacement, si le service est rapide, que le vin est servi dans des verres de qualité et à la bonne température, ça ne me gêne pas de payer pour ce service, explique Pierre Bories, vigneron au château Ollieux-Romanis et président de l'appellation Boutenac, dans le Languedoc. *Quand on y réfléchit, le coefficient est beaucoup plus important sur le café ou l'eau...*"

La meilleure façon de payer une bouteille au juste prix reste cependant d'aller le déguster dans un établissement spécialisé dans le vin, comme Les 110 de Taillevent, à Paris, et qui revendique un coefficient multiplicateur de 2,5. Il existe aussi une règle tacite qui veut que plus la bouteille est prestigieuse et chère, et plus le coefficient multiplicateur est bas. Par exemple, Boris Bielous, le sommelier du club privé parisien Castel, révèle qu'il n'applique qu'un coefficient multiplicateur de 2 sur ses plus belles bouteilles.

Il existe enfin des cavistes-restaurants qui permettent aux clients de prendre une bouteille en boutique et de la placer ensuite sur la table pour la consommer, souvent moyennant une petite prime. Le principe fait par exemple les beaux jours de Lavinia ou des Domaines qui Montent. Ce concept où le vin est à l'honneur, et souvent en première ligne devant les plats, se multiplie dans nombre d'établissements, qui connaissent d'ailleurs un succès certain.

Quand le vin porte la table

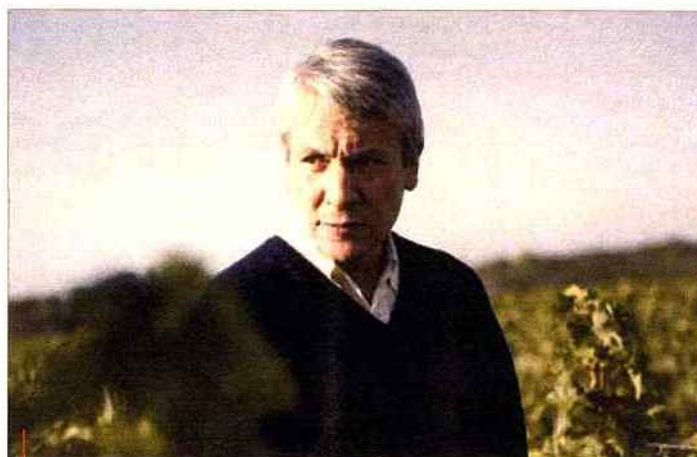
Dans la plupart des restaurants, la carte des vins évolue au rythme des saisons. On y trouvera davantage de rosés au printemps et en été, alors que les références de champagne s'y multiplieront au moment des fêtes de fin d'année. Certains établissements profitent de cette saisonnalité pour lancer des concepts forts mais éphémères autour du vin, afin de capter et fidéliser une clientèle d'amateurs. C'est par exemple le cas de l'hôtel Raphaël, qui ouvrira un bar à champagne sur le toit de son immeuble le 14 avril. Ce partenariat exclusif avec la marque Lanson sera l'occasion de déguster une coupe en regardant Paris depuis ce prestigieux promontoire... mais uniquement pendant la belle saison.

Le vin reste toutefois d'un intérêt secondaire par rapport à la cuisine

dans la plupart des restaurants. Certains établissements font pourtant le pari de placer le vin au centre de leur activité et de leur concept. C'est le cas des Climats, situé dans le VII^e arrondissement parisien. Le livre de cave, un véritable grimoire de 150 pages, ne contient que des vins de Bourgogne. Même le champagne y est remplacé par des crémants. Un choix radical, mais réfléchi, car la demande de vins de Bourgogne ne cesse d'augmenter, alors que les quantités produites sont faibles et fonction des conditions météorologiques du millésime. *"La Bourgogne est un terroir très complexe à analyser et certains vins sont difficiles à trouver,"* explique Denis Jamet, le propriétaire. *Il faut connaître les différents climats, les vigneron, les petites parcelles, et surtout être allocataire."* De plus, la plupart des meilleurs bourgognes partent à l'export. Pour beaucoup d'amateurs français, la seule façon de déguster ces vins est donc d'aller dans un restaurant qui a sécurisé son approvisionnement auprès des plus prestigieux vigneron.

Collections de vins et vin au verre

Car parfois, le rapport de force entre le viticulteur et le restaurateur s'inverse. Certains vigneron, comme Aubert de Vilaine à la Romanée-Conti, ou Eric Rousseau, au domaine Armand Rousseau, produisent des vins tellement demandés et rares que ce sont les tables étoilées qui leur font la cour afin de recevoir une allocation annuelle de quelques bouteilles. Le restaurant La Grande Maison à Bordeaux, issu de l'alliance entre le chef Joël Robuchon et le magnat du vin Bernard Magrez, mise quant à lui sur sa casse pléthorique de références bordelaises. L'objectif de ce duo de choc? Décrocher 3 étoiles au guide Michelin, un défi où le vin a toute sa place. *"Nous avons souhaité que la carte des vins de La Grande Maison soit unique au monde, avec 165 crus classés de Bordeaux, avec des vins du Médoc, de Saint-Émilion, des Graves, du Sauternes, mais aussi les non-classés prestigieux comme ceux de Pomerol,"* explique Bernard Magrez, le président du groupe éponyme. *En tout, nous présentons 259 vins de Bordeaux, avec 3 ou 4 millésimes différents à chaque fois."* Autre concept fort, Les 110 de Taillevent propose



"C'est avec la grande cuisine que nos vins se boivent le mieux. Pour nous c'est un accomplissement." Jean Merlaut, Gruaud-Larose.

110 vins au verre dont les prix vont de 2,50 € à 220 €. Pour le consommateur, c'est l'occasion de déguster de l'Opus One, du Haut-Brion ou du Cheval Blanc sans avoir à se payer une bouteille. *"Opter pour le vin au verre, c'était s'adapter aux nouvelles façons de consommer, explique Nicola Munari, directeur de l'établissement. Les clients boivent moins mais mieux, surtout à midi."* Portée par des inventions comme Coravin ou les machines à servir du vin, la consommation du vin au verre est en train de se généraliser en restauration. ■

Certains vigneronns, comme Aubert de Vilaine à la Romanée Conti, ou Eric Rousseau, au domaine Armand Rousseau, produisent des vins tellement demandés et rares, que ce sont les tables étoilées qui leur font la cour afin de recevoir une allocation annuelle de quelques bouteilles

Chiffres clés

Selon une étude de France Agrimer datée de 2012, la vente de vin représentait 20 % du chiffre d'affaires des 178 800 établissements du circuit CHR en France.

Le circuit CHR représenterait quant à lui 10 % des ventes de vigneronns.



La révolution du vin au verre

Longtemps, le vin au verre fut synonyme de mauvaise qualité. Non parce que le vin était mauvais en lui-même, mais parce qu'une fois ouvert, un vin s'oxyde rapidement et perd donc de ses qualités gustatives. Les grands vins, ceux qui sont à la fois complexes et fragiles, ainsi que les vieux millésimes, n'étaient donc que très rarement proposés ainsi. Les clients des restaurants étaient obligés d'acheter une bouteille qui coûte souvent plusieurs centaines d'euros pour espérer déguster un verre de Haut-Brion ou de Pétrus. Deux inventions permettent d'éviter l'oxydation du vin dans une bouteille déjà ouverte. Les plus grands crus peuvent donc être désormais dégustés au verre dans les restaurants. La première est la machine à servir du vin. Cet appareil permet de conserver un vin ouvert jusqu'à 3 semaines sans altération organoleptique. Les bouteilles de vin sont installées dans la machine reliée à une bonbonne de gaz alimentaire ou à un générateur d'azote qui remplace le vin au fur et à mesure qu'il est tiré de la bouteille. Ces machines, qui peuvent contenir plusieurs

bouteilles, sont notamment distribuées par Enomatic ou Climadiff. Elles ont récemment pris toutes leur place dans les restaurants.

Autre invention venue développer la consommation de vin au verre dans les restaurants: le système Coravin. De la taille d'un tire-bouchon électrique, Coravin permet de percer le bouchon d'une bouteille, d'en extraire la quantité de vin voulue et de la remplacer par de l'azote afin d'empêcher toute oxydation. Le trou du bouchon se referme naturellement après l'utilisation. *"Le Coravin a apporté un changement radical dans notre façon de travailler,"* témoigne Nicola Munari, directeur du restaurant Les 110 de Taillevent. *"Il nous permet de servir au verre des vins rares, anciens et fragiles."*

Afin de prouver l'efficacité du système, Greg Lambrecht son inventeur, a réuni le 17 mars dernier un aréopage de sommeliers et de critiques au Maceo à Paris. Le but de ce rassemblement? goûter à l'aveugle 5 verres de vin rouge du même millésime et du même domaine, et 5 verres de vin blanc, dont certains avaient été "ouverts"

par l'intermédiaire d'un Coravin un an auparavant, les autres l'ayant été le jour même selon la méthode traditionnelle. Sur 18 experts, une seule personne a su repérer ceux ouverts via le Coravin. *"Mais personne n'a décelé de traces d'oxydation",* s'est réjoui celui-ci. Le nouveau défi de Coravin? Passer des salles de restaurants aux salles à manger des particuliers. Mais pour l'heure, ce dispositif coûte tout de même près de 300 €... ■

Deux inventions permettent d'éviter l'oxydation du vin dans une bouteille déjà ouverte. Les plus grands crus peuvent donc être désormais dégustés au verre



Les armoires à vins s'invitent en salle

Si la technologie a énormément aidé les vignerons à produire des vins de qualité même dans les années moyennes ou mauvaises, elle a aussi énormément aidé les restaurateurs à conserver et servir le vin dans de bonnes conditions. Le premier outil technologique du restaurateur reste l'armoire à vin. Se regroupent sous ce vocable plusieurs types de meubles. L'armoire de vieillissement permet de conserver le vin sur la durée. Mais seuls de rares restaurants qui ont la surface financière nécessaire pour acheter un vin jeune, le faire vieillir et le servir au client au bout de 10 ou 15 ans, en ont réellement l'utilité.

Vient ensuite la cave de service, qui est de plus en plus utilisée par les restaurateurs. "Ce produit correspond en fait à deux soucis, explique Richard Guillorel, président Climadiff. Le premier est de pouvoir entrer les bouteilles en salle pour des raisons d'esthétiques car les clients aiment pouvoir admirer le vin qu'ils vont déguster, mais aussi pour des raisons pratiques, car les équipes aiment avoir facilement accès aux bouteilles". C'est la raison pour laquelle les armoires de service sont de plus en plus visibles et ont investi les salles de restaurants comme un élément de décor à part entière.

"Le deuxième souci est de pouvoir conserver le vin à la température

idéale de service, poursuit Richard Guillorel. C'est-à-dire à 7 ou 8° pour les vins blancs, les rosés ou même les champagnes, et à 14° pour les rouges." Certains modèles permettent même d'avoir plusieurs zones à température bien définie dans une seule et même armoire. Cette compartimentation est primordiale pour un restaurant. "Un particulier ouvrira sa cave à vin une fois par jour en moyenne, alors que chez les restaurateurs, cette action se répète des dizaines de fois, explique-t-il. La compartimentation permet au vin de rester à température malgré l'usage intensif de l'armoire." ■

Les armoires de service sont de plus en plus visibles et ont investi les salles de restaurants comme un élément de décor à part entière