



Sommellerie : s'adapter à l'évolution des comportements et des attentes des clients

Ratios serrés, prix étudiés et vins de qualité constituent les leviers à actionner pour maintenir ses ventes, face à un consommateur de plus en plus averti et attentif à son budget.

Visuel indisponible

Sommeliers et vignerons ont partagé leur vision du vin et de la sommellerie de demain lors d'une table-ronde proposée au Chefs World Summit à Monaco

Vignerons et sommeliers ont partagé leur vision de la sommellerie de demain à l'occasion d'une table ronde qui s'est déroulée pendant le salon Chefs World Summit à Monaco. Car, s'il faut garder en tête l'objectif de chiffre d'affaires grâce à la vente de vins au restaurant, il faut également s'adapter aux attentes du client, qui évoluent sans cesse. Les moyens d'y parvenir ? *"Sortir de sa zone de confort, saisir l'envie du client, l'objectif étant d'ouvrir la bouteille et la vendre et non pas empiler des caisses pour constituer un énorme livre de cave"* , expose d'emblée **Noël Bajor** , chef sommelier au Louis XV à Monaco.

Ce à quoi **Pascal Paulze** , sommelier au restaurant L'Oasis, à Mandelieu-la-Napoule (Alpes-Maritimes), ajoute : *"Beaucoup de restaurateurs disent aujourd'hui que les clients ne consomment plus de vins. C'est en grande partie à cause des prix. Le client fait attention à son permis [de conduire], consomme moins le midi et fait attention le soir. Mais il y a aussi une question de budget. L'avenir de la sommellerie, c'est de casser les prix !"* .

Ainsi, à L'Oasis (2 étoiles *Michelin*) , le sommelier mise, notamment au déjeuner, sur des références plus accessibles et des demi-bouteilles : *"Les clients boivent un peu moins pour boire mieux. En restant raisonnable sur les ratios tout en pratiquant des prix corrects, ils consomment, c'est indéniable"*, constate-t-il.

L'intérêt grandissant pour les vins nature

Une autre tendance forte est l'intérêt pour des vins épurés, contenant moins de sulfites. *"Les clients ont parfois leurs références mais c'est à nous, sommeliers, de les orienter vers nos convictions, de leur donner envie d'aller vers un produit de qualité"*, ajoute Pascal Paulze. Au-delà du label ou de l'étiquette, la mise en avant d'un vigneron artisan ne se fait pas comme celle d'une référence connue : *"Aujourd'hui, le sommelier est un orateur qui raconte une histoire au client, une émotion. Le sommelier doit être humble, ne pas donner de leçons, ne pas prendre trop de place, mais être là au bon moment"*, ajoute Noël Bajor.

Renouveler régulièrement la carte

Enfin, il faut également modifier sa carte des vins en fonction de la cuisine et des saisons : *"C'est un travail qui prend du temps. Il faut s'organiser et y consacrer quinze jours en début d'année pour préparer ses collections selon les saisons"*, recommande Noël Bajor. Se rendre sur un salon pour goûter, mais aussi s'appuyer sur les associations qui partagent leurs dégustations permet de gagner du temps. Enfin transmettre, expliquer et dialoguer avec son équipe est impératif pour partager un style propre à l'établissement.