

## **Sommelier**

### **Une fonction de communication**

*Après une longue expérience de la restauration, Marc, 39 ans, a créé un magasin de vins fins, puis a ouvert son propre restaurant.*

#### **Première émotion gustative**

« J'ai commencé à 14 ans par un apprentissage de serveur chez un des meilleurs restaurateurs-sommeliers de France, dans une grande brasserie orléanaise. Il m'a ouvert à l'univers du vin vers l'âge de 15 ou 16 ans, très intelligemment d'ailleurs : il me l'a juste fait sentir. C'était un très grand Bourgogne, un Côtes de Nuits. Cela a été ma première grande émotion gustative. Tous ces arômes de fruit ont profondément modifié l'image un peu négative que j'avais du vin.

Puis j'ai passé le CAP de sommelier en candidat libre à la Chambre des métiers d'Orléans. Je suis ainsi devenu maître d'hôtel et sommelier.

#### **Vendre l'identité, la typicité, l'unicité des terroirs**

Petit à petit, je me suis pris à rêver de vendre du vin. Je me suis alors associé avec un autre sommelier pour créer le magasin. C'est à partir de ce moment que je suis allé dans les vignobles. Nos employés sont tous sommeliers.

Hélas, quand tu vends du vin en boutique, tu n'es pas là quand le client le boit. Le rapport à table avec le client me manquait... Alors j'ai ouvert un restaurant. Je me suis même mis en cuisine, parce que j'ai trouvé que les cuisiniers ne comprenaient pas toujours très bien les accords, les mariages mets-vins. Les cuisiniers sont pratiques mais manquent de philosophie. C'est pourquoi nous travaillons ensemble : je les informe des vins que je rentre pour que l'on adapte la carte.

Réussir une rencontre entre met et vin, c'est comme réussir une grande rencontre amoureuse. Tu ne sais pas pourquoi, mais à un moment il se passe quelque chose d'exceptionnel. Quand les clients commencent à dire « Mais ça existe ça ? », ils prennent conscience d'une certaine beauté. C'est ma plus belle récompense.

Evidemment, cela demande un gros travail : il faut réceptionner la marchandise, la mettre en cave pour la faire vieillir correctement, et chaque jour refaire une mise en place particulière pour avoir les bonnes bouteilles à la bonne température dans la cave du jour.

Concernant les achats, au départ, on goûte dans les salons professionnels. Ensuite, on approfondit chez le viticulteur. Nous travaillons avec un réseau de sommeliers, de [cavistes](#) et de viticulteurs. C'est plutôt en hiver que je prends du temps pour aller dans les vignobles.

Ce que je veux vraiment ? Surtout, ne pas vendre du standard. Vendre vraiment l'identité des [terroirs](#), une typicité, quelque chose d'unique : c'est fait à cet endroit-là, avec telle géologie, dans tel climat, avec telle méthode de vinification, ça ne ressemble à rien d'autre et c'est ça qui est bien.

Au fond, le vin, c'est de la communication. Notre travail consiste à faire en sorte que n'importe qui puisse prendre conscience de la qualité des produits ».