

## SAVOIR PARLER DU VIN AUX CLIENTS

**“Et votre brouilly, qu’est-ce qu’il vaut ? – Euh, il est... très bien”. Question embarrassante, il est vrai. Mais les clients ne sont-ils pas en droit d’obtenir quelques explications plus fournies à propos des vins de la carte ? À l’heure du “parler vrai” essayez le “parler juste”... et vendez mieux vos vins.**

C’est vrai, tous les restaurants n’ont pas les moyens d’avoir un sommelier. Mais êtes-vous sûr de savoir décrire le saumur-champigny ou le muscadet que vous servez à longueur de temps ? Pour parler du vin aux clients, d’abord un conseil : rester simple. Évitez donc surtout le vocabulaire ésotérique des dégustateurs. Ainsi le qualificatif “gras”, qui décrit un vin équilibré et onctueux, serait-il certainement mal interprété par les clients et pris dans un sens plutôt péjoratif. Alors ne les assommez pas avec des termes trop techniques. Pour être compris soyez compréhensible.

Bien sûr il faut en dire un peu plus que : rouge, blanc, brut, sec, moelleux, mousseux... Mais c’est parfois un début à ne pas oublier. Surtout quand la carte des vins ne précise pas si l’on a affaire à un saucerre blanc, rosé ou rouge et à un vouvray sec, demi-sec ou moelleux.

### Soyez redondant

La liste ci-contre propose 40 termes simples et presque uniquement des qualificatifs positifs. Il s’agit avant tout de vendre les vins de la carte. Et n’hésitez pas à être redondant. Employez deux synonymes pour exprimer la même idée : “Notre muscadet est vif, un peu acide”.

Notez qu’il est difficile de parler de l’aspect ou de l’odeur du vin, à moins qu’il ne présente une particularité : superbe robe dorée, parfum de pêche envahissant, fine odeur de pierre à fusil.

Mais ne parlez pas seulement des qualités gustatives du vin. Vous pouvez également évoquer :

- le producteur : “c’est un petit vigneron avec qui nous travaillons depuis dix ans”,
- le mode d’élaboration : vieilles vignes, emploi de fût neuf...
- le cépage “il est élaboré à partir de gamay, le cépage du beaujolais”,
- le millésime : “tout le monde considère 85 comme le meilleur millésime de ces dix dernières années, en Bourgogne”,
- la typicité : “vous ne serez pas déçu. Il est parfaitement typique d’un madiran : solide, rustique”,
- les effets du vin : “c’est un vin très agréable à boire en ce moment, très désaltérant”,
- l’accord avec les mets : “vous avez pris du poisson. Vous verrez, ce givry conviendra parfaitement”.

### Évitez l’improvisation

En tout cas, même si le vin vous pousse au lyrisme, évitez le vocabulaire trop imagé et souvent vide de sens : « ce cahors a de la cuisse, du

#### 40 mots

##### pour parler du vin

Un peu acide, agréable, alcoolisé, aromatique, boisé, qui a du caractère, corsé, désaltérant, demi sec, élégant, épais, équilibré, évolué, féminin, fin, fort, frais, fruité, généreux, gouleyant, harmonieux, léger, liquoreux, moelleux, onctueux, puissant, racé, rugueux, rustique, râpeux, riche, sec, solide, souple, tannique, tendre, vigoureux, viril, vif

corsage ». Pourquoi ne pas dire plutôt qu’il est riche et charpenté ?

Pour éviter l’improvisation, source d’erreur, n’hésitez pas à préparer votre texte. Les mots pour parler du vin, les arguments pour le vendre peuvent être récapitulés dans un tableau : l’argumentaire de vente (cf. encadré). Il facilitera la connaissance des vins pour tous et l’intégration des nouveaux employés.

“Et votre brouilly, qu’est-ce qu’il vaut ? – C’est un rouge léger, gouleyant, pas trop alcoolisé. Quarante-vingt-huit a été un très bon millésime pour les beaujolais. Je vous le recommande”. Et pour en parler avec encore plus d’éloquence, si vous en avez la possibilité, dégustez-le...

Yves CINOTTI