

LE PREMIER MAGAZINE DES SOMMELIERS ET MAÎTRES D'HÔTEL.



Dominique Laporie
Meilleur Sommelier de France 2004 et MOF Sommelier



David Biraud
MOF Sommelier



Christophe Tassin
MOF Sommelier

- P. 18**
Concours
MOF Sommelierie
MOF Salle et Arts
de la table
- P. 23**
Cyril Gouze :
Une ambiance en finesse
- P. 25**
Didier Granier :
Derider une salle
- P. 26**
Jean-Claude Digonet
et Sébastien Moreau
Restaurant Michel
Chabran

- P. 33**
Question vins
François Roy en comait
un rayon
- P. 36**
Domaine Bott Geyl
La biodynamique au
service de la qualité
- P. 40**
Clos Saint-Avit :
Les vins d'Orléans
sur la route de l'AOC
- P. 42**
Consommation :
Vers une image plus
conviviale du vin

Maîtres d'Hôtel & Sommeliers Magazine N°24 Janvier-Février-Mars 2004 Par : Christel Reynaud Photo : C. Reynaud

Actualités	6
Concours	14
Meilleur Sommelier de France 2004	
Evénement Vin	17
Comma à Drouot	
Concours	18
MOF Sommelierie	
MOF Salle et Arts de la table	20
En salle	22
Eric Wetschaupt -Je ne suis que le metteur en scène-	
Cyril Gouze.....	23
Une ambiance en finesse	
Laurent Jacquet.....	24
L'ouverture de Maître Albert	
Didier Granier.....	25
Derider une salle	
Jean-Claude Digonet.....	26
Un fidèle parmi les fidèles	
	
Maître Claude Sommelier magazine est en vente au tarif de 3,90 € TTC ou au tarif de 1,90 € TTC pour les abonnés à 12 numéros	
Editeur : Christel Reynaud Boulevard de la République, 100 91000 Evry-Courcouronnes Tél. 01 69 22 22 22 Fax 01 69 22 22 22 E-mail : christel@maîtresdhotel.com L'éditeur s'engage à garantir la qualité de son produit.	
Diffusion : Les Éditions de la Presse Pro 10 rue de la République, 91000 Evry Tél. 01 69 22 22 22 Fax 01 69 22 22 22 E-mail : diffusion@maîtresdhotel.com	
Abonnement : 12 numéros par an soit 12 € TTC pour les particuliers et 18 € TTC pour les professionnels Tous les abonnements sont payables à l'avance et par chèque.	
Magazine imprimé en France - Imprimé : Les Éditions de la Presse Pro 10 rue de la République, 91000 Evry Tél. 01 69 22 22 22 Fax 01 69 22 22 22 E-mail : diffusion@maîtresdhotel.com	

Sommaire

En salle	27
Sébastien Moreau La renaissance d'une carte	
Vincent Vidal.....	28
Un début de carrière enviable	
Xavier Berry.....	29
Un métier de romanciers	
	
Sébastien Quintin.....	30
L'importance du premier contact	
Emmanuel Bucher.....	31
Une passion vive et sereine	
Castive	32
Vavro & Co la Cave Le plaisir des vins coups de cœur	
	
Quest'un vins François Roy en comait un rayon.....	33
Sylvain Jean.....	34
Castive et Gambois	
Terrains	36
Domaine Bott Geyl La biodynamique au service de la qualité	
	

Terrains	37
Domaine Martin Schaezel Pour des vins très personnalisés	
Château Roubine.....	38
Le panache d'un cru classé	
Château de l'Esles.....	39
Le Bonnezeaux, quintessence du Layon	
Clos Saint-Avit.....	40
Les vins d'Orléans sur la route de l'AOC	
	
Connaissance des produits	41
Le Charolais	
	
Tendances	42
Consommation Vers une image plus conviviale du vin	
	
Viticulture française Montée de la qualité.....	44
La viticulture dans l'économie française.....	46
	

VAVRO & CO, LA CAVE (LYON)

Le plaisir des vins coups de cœur

A Lyon, Blaise et Erica Vavro sont installés depuis quelques mois à l'enseigne «Vavro & Co, La Cave». Ils ciblent notamment des vins coups de cœur, source de plaisir gustatif et visent, par la même, de vendre à la restauration.

Blaise et Erica Vavro ont repris à Lyon la Vinocave, devenue «Vavro & Co, La Cave» avec l'objectif de développer un concept de cave moderne, qui met en avant de jeunes vigneronniers prometteurs tout en n'excluant pas les Maisons renommées. Blaise Vavro, le fils d'Alain Vavro, artiste designer attiré de Paul Bocuse bénéficie, à n'en pas douter, du nom très médiatique de son père. «Cela facilite notre travail relationnel avec les vigneronniers et les négociants. Mais malgré tout, il faut se rendre à la propriété pour goûter et acheter des vins que l'on aime. On fonctionne beaucoup aux coups de cœur», souligne ce jeune curieux de nature qui a soif de connaissances. D'où sa présence régulière lors des dégustations, sur le terrain. Blaise Vavro ajoute en outre qu'il a travaillé pendant un an à la Vinocave et qu'il s'appuie sur ce vécu pour positionner l'enseigne «Vavro & Co, La



© C. REYNAUD

Cave» au plus près des attentes du consommateur. «Aujourd'hui, les gens souhaitent des vins prêts à boire. Parallèlement, il faut aussi disposer d'anciens millésimes», assure Blaise Vavro, d'autant plus que la cave est située dans un quartier de Lyon où la clientèle possède un bon pouvoir d'achat. «Nous fidélisons de plus en plus ces clients locaux. Nous misons en outre sur les entreprises», poursuit-il.

PRIVILÉGIER LES VINS RÉGIONAUX

La cave propose 600 à 700 références en vins, et une centaine en spiritueux. La gamme des whiskies, cognacs et eaux de vie va être développée. Blaise Vavro a réduit la gamme des champagnes (de 200 à 70 références) «car le consommateur achète avant tout des marques renommées. Mais nous n'excluons pas pour autant quelques champagnes moins connus». Pour les vins, la démarche est la suivante : inciter le consommateur à aller de découvertes en découvertes au sein d'une cave qu'il compte avoir modernisée à la rentrée prochaine. Blaise Vavro crée en outre un journal trimestriel destiné aux particuliers : ils trouveront

notamment le programme des dégustations organisées avec des vigneronniers. A l'heure actuelle, 50% des ventes se font avec les Côtes du Rhône et Bourgogne. Viennent ensuite les vins du Languedoc «qui se vendent de plus en plus», précise le caviste. Et d'ajouter : «Les Bordeaux partent bien lorsque la bouteille n'excède pas 30 euros ou quand il s'agit de vins haut de gamme exclusifs». Les vins de Loire de 6 à 20 euros sont surtout appréciés, en fin d'année et l'été.

Ce caviste entend privilégier les vins régionaux, en particulier vins du Beaujolais, Jura, Savoie, Bugey... Quant aux vins étrangers (une trentaine de références), ils sont issus de petits domaines familiaux et doivent, pour être vendus, offrir un bon rapport qualité-prix. «Nous avons commencé par des vins ne dépassant pas 20 euros, l'objectif est d'amener les gens à choisir des vins plus haut de gamme», affirme Blaise Vavro. Par ailleurs, il anticipe la demande de la restauration en proposant comme distributeur exclusif sur le Rhône, les vins de cinq domaines du Languedoc et de quatre domaines dans le Bordelais, et une gamme de vins diversifiée non exclusive. Il souhaite en outre créer un journal à destination des professionnels. Enfin, il envisage pour la rentrée prochaine la mise en place d'une école de dégustation pour les particuliers. La demande existe à Lyon. Le consommateur est en effet de plus en plus avide de connaissances. Pour preuve, les multiples questions et conseils, souvent demandés sur les cépages, la vinification ou encore l'accord mets-vins, lors d'un achat chez ce caviste qui conclut : «L'alliance magique, c'est avant tout de se faire plaisir».

Christel Reynaud



© C. REYNAUD