

Christian Saint Roche

Sommeliers

L'Éloquence du goût

*Des professionnels au service
des vins et des harmonies de bouche*

Essai



Du même auteur :

- *Le Guide Marabout des vins de France et du monde entier* (Marabout)
- *Le Guide Marabout des bons vins de France* (Marabout)
- *Drôles de bulles* (BD) (Dargaud) scénariste et dialoguiste.
- *Les Raisins de l'espoir* (roman historique) (Publications Védère)
- *Les Foudres de la colère* (roman historique) (Publications Védère)
- *Le Trésor de Rives-Hautes* (roman) (Publications Védère)
- *La Passion des Vins et des Spiritueux* (Editions Sèze)
- *Roger Lamazère, le magicien de la cuisine* (Editions Michel Lafon)
- *L'Harmonie des Vins et des Mets* (JP Taillandier) en 3 tomes
- *Le bon goût des Vins et des Mets* (JP Taillandier)
- *Le goût et le langage des vins de France* (JP Taillandier) préface de Jérôme Quiot président de la Commission vin à l'INAO.
- *Le Dictionnaire International Moët-Hachette des Vins* (Hachette) en six langues (anglais, allemand, espagnol, italien, français et japonais) dans le même ouvrage.
- *LA BIBLE DU GOUT ET DES MOTS DU VIN Ed. Goûts & Images* déc.2 003
- *L'EDUCATION SENSORIELLE, L'EDUCATION AU GOUT* Edition CIDE (ouvrage pédagogique commandité par le CNIEL) préface de Xavier Darcos Ministre de l'Education nationale et actuel Académicien français.
- *LA VIGNE ASSASSINEE, L'AVENIR DU VIN* Essai – Edition CIDE préface de Marie-Christine TARBY présidente de Vin & Société.
- *LA FEMME ET LE VIN, UNE HISTOIRE DE PASSIONS* Edition Edilivre

En guise d'introduction

Le vin et l'homme ont entretenu, depuis la nuit des temps, une complicité qui se noie dans la lie dormante au fond du tonneau... des Danaïdes puisque l'histoire se perpétue et se répète avec de nouveaux visages, une philosophie du plaisir de plus en plus raffinée, gracieuse, une manière de consommer le vin de plus en plus civilisée. Plus rien à voir avec les orgies romaines ou les beuveries du Moyen Age. Les prescripteurs, conseillers, cavistes et sommeliers sont devenus, à notre époque, des directeurs de goût, le symbole de l'art de boire et celui d'un service distingué. Le terme « sommelier » est d'abord, depuis peu, un titre puis une fonction après avoir été, durant de longues années, un métier spécifique, celui de serveur de vins. L'éducation nationale et les associations de sommeliers ont créé ce titre obtenu à la faveur d'années consacrées à étudier tout un programme contenant des épreuves indispensables à la connaissance du métier de sommelier.

De cette longue histoire entre le vin et l'homme mangeur, aux destins liés, sont nés les personnages du caviste et du sommelier parallèlement au métier de cuisinier. Sommeliers et cavistes n'ont cessé depuis la création de cette fonction, lorsqu'ils portaient alors, le nom d'échanson, de servir d'abord les rois, les princes et les seigneurs, puis tous les nobles et les nantis de cette planète. L'usage du vin, la naissance des restaurants après avoir connu les estaminets, les cabarets et les tavernes, ont conduit à la consolidation de charges, qu'elles soient celles d'aubergistes, de cavistes ou de sommelier, devenus des métiers à part entière. Et, même aujourd'hui, de véritables vocations. Leurs conseils nous sont précieux et nous envions leur connaissance tout comme leur savoir.

Tous les écrits concernant le sommelier, par exemple, depuis plus de cent ans lui feront une place de choix après celle du maître d'hôtel et celle du cuisinier. Les brigades de sommeliers dans les plus grands, les plus beaux restaurants de nos capitales européennes et, aujourd'hui, mêmes mondiales, dans tous les palaces, lui attribueront, petit à petit, un rôle déterminant dans le système hôtelier. Fasciné par l'art du vin, son service, son usage et par tout l'aspect œnologique, le sommelier sera autant conquis par le postulat scientifique touchant aussi bien la vigne et le vin que par le don de porter la divine parole, de séduire pour offrir du plaisir autant en paroles qu'en nectars liquides. Surtout, revêtu de son habit

particulier qui le distingue des autres collègues du service en salle. Veste et tablier noir, le cordon et le taste-vin suspendu en sautoir et la grappe, d'argent ou d'or à la boutonnière le confortent dans sa dignité comme dans sa fonction de sommelier.

Le sommelier prendra de nouvelles dimensions à partir des années 1980, lorsque les médias le courtiseront et verront en lui l'ambassadeur idéal du vin et de son service, apparaissant au carrefour d'une mode nouvelle qui place les restaurants et leurs chefs cuisiniers au centre d'un épiphénomène médiatique. La création de nombreux concours de sommeliers¹ suscitera une attention particulière qui passionnera plusieurs centres d'intérêts économiques : les vigneron, les restaurateurs, les négociants, les distributeurs, les cavistes, les éditeurs, la presse et tous les amateurs de vins et de gastronomie... Chacun allant de son credo pour s'approprier le nouveau lauréat dans ses programmes marketing. Lorsque le Meilleur Sommelier du Monde est courtisé, son champ d'action devient la planète entière pour parrainer ou présider un événement.

Le plus prestigieux des concours est évidemment

¹ Concours : Meilleur sommelier de France (avec concours régionaux puis national), Trophée Ruinart appelé aussi, le Concours du meilleur sommelier européen (avec concours nationaux puis européen), le Concours du meilleur sommelier du monde organisé par l'ASI tous les trois ans, les concours continentaux... sans compter les concours pour de jeunes élèves, parrainés par des marques de vins pour les écoles hôtelières, les CAP et Brevets de sommeliers...

organisé par l'Association de la Sommellerie Internationale, tous les trois ans, attribuant le titre suprême de Meilleur Sommelier du Monde qui connaîtra dans son pays d'abord puis sur le plan international ensuite, un prestige sans égal. Il sera reçu partout comme un chef d'état dans tous les vignobles de la planète. Cette reconnaissance, il la devra à ses pairs qui l'auront jugé et évalué. Et en ayant obtenu ce titre de haute lutte, à la suite d'un long questionnaire portant sur des connaissances œnologiques, géographiques, géologiques, biologiques, ampélographiques... et des tests de dégustation ainsi qu'un service de vins rigoureux au cours d'une scène en situation réelle avec de nombreux pièges à surmonter. La fierté du lauréat ne sera pas vaine, mais couronnée d'un mérite exemplaire.

La presse internationale ne s'y est pas trompée. Elle a su relayer dans ses colonnes l'information. Puis, le nouveau Meilleur Sommelier du Monde enchaînera interviews, manifestations œnologiques et viticoles, sera choyé par des marques pour mettre en avant des sélections de vins, participera à des salons de vins organisés par de grandes enseignes de la distribution sans oublier les salons internationaux... Il négociera un tournant dans sa nouvelle carrière, grande ouverte devant lui grâce à son nouveau titre. C'est la société moderne constituée des professionnels du vin et de tous ses amateurs qui a édifié ce nouveau dieu du vin et elle le courtise à la façon de nouveaux apôtres du savoir-vivre pour écouter ses conseils.

Cette gloire que le Meilleur Sommelier du Monde va connaître pendant de nombreuses années voire tout le long de sa future carrière, n'a pas éclairé de la même manière tous ceux qui ont obtenu ce titre.

Il faut, d'abord, distinguer deux périodes de la sommellerie. Celle avant et celle après 1990. L'intérêt médiatique avant 1990 était moindre et les Meilleurs Sommeliers du Monde, pour des raisons personnelles, exploiteront différemment leur titre. La plupart de ces élites n'obtiendront pas la reconnaissance populaire qu'ils devraient susciter. La médiatisation de leur victoire ne dépasse pas les limites de leurs associations et de leurs établissements.

Après 1990, nous assisterons à une véritable médiatisation de ces nouveaux lauréats. Nous constaterons un utilitarisme constant et progressif de leur communication que ce personnage nouveau suscitera, au point de créer une fonction imprévue, soutenue et entretenue par les médias. Une ultra médiatisation de leurs prouesses. Les vainqueurs atteindront l'aura d'une sorte de surintendant de la critique viticole, d'observateur autorisé (de par son nouveau titre ?), de conseiller en vins et en harmonies de table, de commentateur de l'actualité viticole et œnologique... Il sera consulté comme un oracle et invité aussi bien par les médias que par la profession viticole ou organes de relations publiques créateurs d'événements, autant pour apporter la bonne parole que pour obtenir sa présence effective, son aura, sa

médiatisation, son prestige que lui accorde son nouveau titre international.

Nous dédions cet ouvrage, avec une pensée particulière, à ces Meilleurs Sommeliers du Monde mais sans oublier tous les sommeliers qu'ils soient meilleurs ouvriers de France ou sommeliers anonymes ils œuvrent tous pour le prestige de leur métier. Ils font tous rayonner leur prestige aux quatre coins du monde et ils prennent une large part en contribuant à nous éclairer sur ce qui se fait de mieux sur la planète. De nous faire connaître tous ces vins du monde porteurs de qualités intrinsèques, de grandeur de caractère, nés entre des mains expertes, ayant en priorité la volonté de créer de la nouveauté pour nous faire rêver, nous donner du plaisir. Car, derrière un vin de grande qualité se cache toujours une personnalité hors du commun. Ces sommeliers et tous ces prescripteurs ont le mérite de mettre en avant l'un et l'autre ces vins de qualité qui nous émeuvent. Le géniteur et le produit ne sont rien l'un sans l'autre. Avec la bénédiction d'un sommelier, Meilleur Sommelier du Monde de surcroît, mais aussi de tous les prescripteurs compétents, ils connaissent la renommée et la gloire. Du bonheur qu'ils nous procurent, essayons de le partager entre amis. L'école du vin nous ouvrira un regard nouveau sur cet univers de plaisirs. Mettons-nous à table !

Comme des enfants bien éduqués, comme des élèves attentifs, il nous suffit de voir et d'écouter ces

spécialistes et amateurs de vins et tenter de les imiter dans tous leurs comportements. Apprendre à déguster, à choisir des vins, à les harmoniser, à les servir, à en parler... c'est entrer dans un royaume enchanteur où chaque vin est une Belle-au-Bois dormant. Dans ce rêve éveillé, vous apprécierez chaque trésor à sa juste mesure. Chacun vous procurant son propre plaisir. Dans ce nouveau monde, celui du vin, peut-être découvrirez-vous un nouveau métier tant la filière vins en recèle et peut en proposer !

Chapitre un

Terroir en excellence

Selon une récente étude², le consommateur d'aujourd'hui fuit la banalisation, la standardisation, l'anonymat et l'indifférence des vins qui n'ont pas de frontière ni d'histoire, un peu tous identiques quel que soit leur pays d'origine et qu'on appelle dans le langage international les « *worlds Companions* ». Le sommelier comme les clients et amateurs de vins préfèrent des produits qui recèlent des racines, une identité, une authenticité. Le vin porte en témoignage la bonne réponse avec une attache à un terroir, un savoir-faire ancestral et une typicité forte. Demain un produit alimentaire sans racines sera considéré comme orphelin. Le terroir a ce pouvoir identifiant irremplaçable, une valeur essentielle que les concurrents vont tenter de reprendre à leur façon. A

² Du CCA : Centre de Communication Avancée : centre d'études sur les comportements alimentaires et de consommation 2008.

condition de pouvoir attester d'une origine véritable attelée à un terroir authentique non imaginaire. L'éducation en matière de vin, commence par la connaissance de cette notion de terroir et par celles des principaux territoires porteurs de terroirs vrais, identifiables et qu'on peut mémoriser à force de pratiques de la dégustation. Les sommeliers sont très attachés à cette notion de terroir qui, pour eux, est à placer au premier rang du savoir.

En réaction au monde actuel, le consommateur encense la « *mère nature* » qui prend une image quasi mystique de santé, d'énergie, d'harmonie, d'amour, de féminité, de fécondité et apprend à abhorrer, à détester, à haïr tous ceux qui de près ou de loin, directement ou indirectement la souillent, l'avilissent, la torturent, la brutalisent. On assiste même, à une désacralisation de la science au profit de la nature, d'où cette mode du vin « bio ». Le consommateur est entré dans un monde idéalement écologique et il aime tout ce qui est écologiquement correct. Il est donc important de marier les capacités de la technique avec celles de la nature. Dans la filière vin on y parvient sans mal si on veut s'en donner la peine. D'où de plus en plus d'adeptes de ces cultures raisonnées, biologiques, biodynamiques... qui détestent les intrants dangereux pour la santé du consommateur : pesticides, anticryptogamiques, désherbants... riches en molécules toxiques et en métaux lourds dont, certains, sont soupçonnés de détruire une faune

bienfaitrice amie de l'homme : coccinelles, abeilles et autres insectes prédateurs ou pollinisateurs. Qu'on ne souhaite pas voir meurtris dans leurs rythmes circadiens biotopiques qui en font le propre mystère de leur vie.

Les saveurs sont revenues à la mode. Il n'a échappé à personne que cela signifie un créneau de possibilités d'harmonies de bouche pour les producteurs de vin ou ceux d'huile d'olive, de truffes, et autres produits agricoles de qualité. Elles apportent des images fortes, un goût avec lequel on peut jongler au niveau des sensations de bouche, des arômes précis, un aspect final séduisant annonciateur de plaisir. C'est une des réponses que suscite le vin en offrant cette possibilité de créer un besoin d'évasion et de rêve, d'explorer des pays donc des découvertes surprenantes. Des éléments si intimement liés dans notre société d'aujourd'hui. Dans la période difficile que nous traversons, le vin est une source de convivialité qui rapproche, dans le sens sentimental du terme, les gens, les familles, les amis. Que nous manque-t-il alors, pour relancer l'usage du vin à table et dynamiser sa consommation stagnante ? Un peu de bonne volonté et un zeste d'imagination si on accepte l'idée que la bouteille de vin appartient bien sûr au décor du paysage de la table mais, mieux que cela, le vin est l'ingrédient qui entre dans l'usage nutritionnel que représente l'alimentation de tous les jours. Le fameux verre de vin quotidien qui apporte un

équilibre aux repas, du plaisir et participe à la santé du corps et de l'esprit.

L'usage du vin redeviendra un réflexe lorsque toutes les parties, producteurs consommateurs accepteront une règle du jeu commune et une compréhension voire une confiance mutuelle. A cet effet, l'étude du CCA propose à tous les vignerons français de mieux « *mettre en scène leur vin* », de savoir mieux le raconter, l'argumenter : ils doivent s'impliquer davantage, expliquer où poussent leurs vignes, dans quelle région, sous quel climat, dans quel environnement, sur quel terroir, comment on élabore les diverses cuvées dans les grandes lignes, comment on les déguste le mieux c'est-à-dire dans les meilleures conditions, avec quels mets les apprécie-t-on, ajoutez à cela quelques anecdotes ou morceaux choisis de son histoire, de ses ancêtres, de son propre parcours de vigneron. C'est la part du rêve qui fait mieux vendre, qui séduit, qui convainc, conseille cette étude.

Le vin est en effet, avant tout un « *produit de terroir* ». Ce terroir lui fut dédié en premier car la vigne a toujours été considérée comme ancrée sur un long terme dans un terroir, un sol et un sous-sol en toute priorité, avec des parties aériennes (*sarments, feuillage, raisins*) qui bénéficient des influences de son environnement immédiat avec lequel il est en contact permanent. Aujourd'hui, tout produit alimentaire ayant une provenance assurée est un « *produit de terroir* », au point que des abus sont relevés

quelquefois sur certains marchés, notamment pour des produits issus de cultures en serres et vendus sous cette dénomination de « *produits de terroir* ». La répression des fraudes veille au grain et condamne les fraudeurs à de lourdes amendes.

Consacrons quelques paragraphes sur ce terme du « *terroir* » au centre des débats actuels, si important aux yeux des producteurs et des consommateurs d'aujourd'hui. Qu'entend-on, donc, par ce mot qui, à priori, semble si simple à concevoir ? Pour la vigne, le terroir est l'essence même du critère prioritaire de son identité, de la personnalisation des vins qui seront issus des ceps accrochés à son sol et influencés par l'environnement immédiat. Longtemps, il a laissé entendre qu'il était synonyme de « *terre* », de « *sol* », de lieu où croît une plante : en l'occurrence la vigne. C'est mal connaître la viticulture qui place en ce mot « *terroir* » des fondements identitaires plus larges et plus profonds en termes de savoir que nous devons rappeler. Pour l'intérêt de chacun à mieux connaître les valeurs essentielles attribuées à un vignoble.

Le vin, produit de terroir par excellence, est considéré comme produit agricole d'abord puis alimentaire, possédant un pouvoir assez conséquent auprès des consommateurs et des distributeurs. Ce manque de précision du terme « *terroir* » génère une certaine lacune et une confusion dans les esprits, ce qui ajoute à cette incompréhension généralisée vis-à-

vis des appellations qui leur paraissent d'une complexité inouïe. L'Office International du Vin apporte une définition du terroir qui a été acceptée à l'unanimité de ses membres : « *Le terroir vitivinicole est un concept qui se réfère à un espace sur lequel on développe un savoir collectif des interactions entre un milieu physique et biologique identifiable et les pratiques vitivinicoles appliquées qui confèrent des caractéristiques distinctes aux produits originaires de cet espace* ».

Pour aider à la réflexion mais surtout à l'explication utile, prenons le discours cohérent et réaliste de Jean-Claude Martin de l'Institut Supérieur de la Vigne et du Vin de Montpellier, sur ce sujet. Il nous rappelle que le « *terroir* » repose sur une notion simple et vécue par tout un chacun : **l'identité**. Comme pour celle de tout être humain, l'identité permet d'ouvrir une multitude de portes. Mais elle résulte, surtout, d'une construction continue d'adaptation à son temps et à son espace social et naturel. Aussi, pour comprendre la nature du vin, dit-il, l'approche identitaire semble pertinente. Car, comme tout aliment, le vin n'est pas seulement un conglomerat de molécules apportant une satisfaction physiologique mais par son identité composite, il transfère à l'homme une richesse plus subtile.

Un produit de terroir, nous précise Jean-Claude Martin, possède une identité agro écologique et culturelle composite reposant sur une multitude de

critères articulés à partir de l'acte de consommation. Pour le consommateur, la première perception du vin se réalise à travers ses propres sens. La première approche à la base de l'identité d'un produit correspond à la perception sensitive. Cette particularité est connue depuis l'Antiquité, décrite minutieusement par les médecins Hippocrate et, surtout, Galien puis, au Siècle des Lumières par l'agronome français, Olivier de Serres.

Des cinq sens, l'odorat et le goût sont les organes qui procurent le plus de plaisir, c'est connu. Ils perçoivent les caractéristiques organoleptiques ordonnées et suscitées par le nombre impressionnant de composants moléculaires. Pour le vin, les techniques de production, le rapport au cépage, le savoir-faire du vigneron ont un lien au terroir plus ou moins connu, plus ou moins facilement explicable ou inconcevable. Lorsque les molécules qui influencent le centre du plaisir dominant très largement au paroxysme d'une certaine idée de bonheur, le vin est dit alors, de « *qualité* ».

L'élevage d'un vin permet de le conserver assez longtemps et cette durée est un gage de qualité. La robe et sa couleur, les arômes et les saveurs, la structure du vin, sa charpente, son corps, font l'objet de classifications qui permettent au dégustateur de différencier les échantillons. Grâce à notre pouvoir olfactif et gustatif très diversifié et puissant, l'homme acquiert une gamme d'émotions issue d'une

différenciation poussée à l'extrême, ce qui lui permet de révéler l'importance fondamentale de ses propres capacités cognitives. Le produit de terroir et plus précisément le vin – *appelons-le par son nom* – est un révélateur de ses propres capacités émotionnelles.

Outre le bonheur qu'un produit de terroir est susceptible de développer dans notre cerveau, correspondant à la fois à une forme d'esthétique et à un hédonisme que seul l'être humain est capable de synthétiser à travers une image et des mots, d'autres dimensions sont à explorer. Le produit de terroir a une vocation, également, celle de nous apporter de la santé à la fois physiologique et psychique. L'ingestion d'un produit de terroir produit des effets positifs ou négatifs. Selon la nature des composants, le niveau d'absorption, l'humeur et l'état du dégustateur. Le vin possède cette faculté d'être honni pour sa teneur en alcool ou encensé pour ses autres composants auxquels la science accorde des vertus exceptionnelles. Cette qualité nutritionnelle lui permet donc une relation avec le système alimentaire sociétal.

En résumé, le vin à table – *bu modérément* – joue plusieurs rôles et pas des moindres, surtout lorsqu'il interprète le personnage d'un prince charmant. L'harmonie des vins et des mets est un rare moment où les acteurs sont vrais et nous fascinent, jouant des saveurs, des arômes de bouche, du fondant, de la finesse, du moelleux, de l'onctuosité, de la densité des matières dont savent si bien jouer nos grands chefs de

cuisine et nos illustres sommeliers... Un vrai spectacle théâtral non pas audiovisuel mais, plutôt, olfactogustatif ceint d'émotions intenses. L'association de produits dans l'alimentation permet des complémentarités au niveau sensoriel comme au niveau nutritionnel. La gastronomie en est le point d'orgue, le feu d'artifice. Cette caractéristique constitue notre système alimentaire, fondement de nos civilisations, tout en participant à la construction de l'identité de notre société.

Le vin, dans notre civilisation, devient le pivot incontournable sur lequel le vigneron, comme les prescripteurs et le consommateur peuvent avoir une maîtrise absolue. Maîtrise de production. Maîtrise de conseils. Maîtrise de consommation. Et les appellations françaises participent à la diversité de l'offre, au point que cela laisse au consommateur toute liberté de choix, donc de plaisir. Si le produit de terroir est une véritable empreinte du producteur, le consommateur, à son tour, pourra s'identifier au produit pour des raisons personnelles (*c'est sa madeleine de Proust permanente ou renouvelée !*) d'où une possible fidélisation. Un vin d'une réputation affirmée a ses inconditionnels attirés.

Le terroir, au niveau collectif est, avant tout, une définition reconnue et partagée, le produit qui sort de ses entrailles, transformé et élevé par l'homme est le reflet de la personnalité réciproque entre le terroir et le producteur. Ce qui a fait dire à mon ami Jacques

Puisais, éminent œnologue et créateur de l'Institut Français du Goût, que le vin doit avoir « *la gueule* » de l'endroit où il a été produit et le caractère (« *les tripes* » *a-t-il employé exactement*) du vigneron qui l'a élaboré et élevé. Les références organoleptiques d'un vin résultent d'une démarche personnelle qui débute par la préservation des caractéristiques d'un terroir bien né et se poursuit par un raisonnement de vrai artisan orfèvre en la matière pour une continuité réussie de la chaîne d'élaboration et de communication. Plus le vigneron fera preuve d'originalité, d'imagination, de créativité, plus il donnera son empreinte personnelle, sa « *griffe* » et plus il augmentera la notoriété du produit et de son attrait culturel. L'identité de son vin se traduira par un savoir-faire reconnu par la profession et par sa clientèle. Tout comme la femme qui élabore des vins, qu'elle soit vigneronne ou œnologue, a su en une trentaine d'années de maîtrise, intégrer cette notion de terroir et d'apporter son raffinement, ses propres « *tripes* » à l'élaboration de ses vins. En matière de vinification, l'esprit et le corps ne font qu'un, comme dans le registre lyrique. Alors que le ténor pousse sa voix grâce à son ventre, la soprano jouera de sa poitrine, l'un et l'autre, dans leur vocation où le chant prime, doivent sortir de leur corps le plus parfait, le plus beau, le plus intelligible son. Pour le vin, la femme productrice et devenue dégustatrice définira ses apports dans une dimension que l'homme ne