

# NATHALIE FAVRE : ENSEIGNER LA DÉGUSTATION AUX CAVISTES

**Nathalie Favre est diplômée en sommellerie de Changins. Elle forme les vendeurs et vendeuses travaillant à la « cave » des grands magasins. Elle est également Secrétaire générale de l'USOE (Union suisse des Œnologues).**

■ PROPOS RECUEILLIS PAR NICOLAS MESSIEUX

## **Nathalie Favre, quel est le but de vos formations ?**

Les participants à mes formations viennent essentiellement de la restauration et des autres secteurs de la grande distribution, à des fins de spécialisation. Pour les distributeurs suisses, il est essentiel de former leur personnel. Cela permet de le fidéliser mais aussi d'augmenter les ventes et d'améliorer le service apporté aux clients. Comme les hard-discounters ne forment pas leurs employés au vin, c'est un autre moyen pour les enseignes de moyenne et haute gamme de se positionner au niveau de la qualité et du service.

Le « caviste » [ndlr: vendeur travaillant au rayon vins et spiritueux] est là pour trois raisons : 1) vendre plus ; 2) conseiller les clients (leur donner des idées, leur indiquer le vin dont ils ont besoin) ; 3) rassurer le client dans son choix.

Je suis des démonstrateurs qui vont présenter et faire déguster des vins suisses et étrangers directement dans les enseignes, au moyen d'un stand de promotion. Cette activité est essentielle pour des maisons qui souhaitent se faire connaître ou qui souhaitent augmenter leurs ventes dans la grande distribution en allant sur de nouveaux marchés. Cela permet également un accès direct au grand public, ce qui est intéressant pour la présentation des nouveautés (vins nature, sans alcool, nouveaux cépages).

## **Comment vos cours de caviste se déroulent-ils ?**

Le but de mes formations est essentiellement de faire une mise à niveau sur les techniques de vente en matière de vin et d'apporter des connaissances de base sur le vin, la dégustation et l'utilisation en gastronomie.

Pour les techniques de vente, il s'agit de faire comprendre comment fonctionne le marché du vin par rapport aux grandes entreprises, et les façons dont il faut aborder et conseiller le client.

Pour les connaissances de base sur le vin, je présente notamment la géographie des grandes

régions suisses et des pays voisins. Cela permet au caviste d'avoir une plus grande latitude de choix et de possibilités – ce d'autant plus que la grande distribution offre souvent un assortiment assez large. Nous entraînons la dégustation avec l'analyse sensorielle, au moyen des référentiels d'arômes et des fiches techniques des vins.

Nous travaillons sur les accords mets-vin, qui sont une déclinaison de l'analyse sensorielle. Cela permet de conseiller les clients sur les aspects culinaires, qui sont la principale source de questions aux cavistes de la grande distribution et la motivation d'achat majeure.



Nathalie Favre. Photo : coll. privée.

### Vous mettez l'accent sur les techniques de vente ?

Oui. Un sommelier doit valoriser sa carte des vins et faire plaisir au client. Dans les épiceries fines, les clients ont plus de moyens et de connaissances du vin. Quant à la grande distribution, elle sert la majorité des clients car elle est plus accessible et est réputée avoir le meilleur rapport qualité-prix.

Cela implique des techniques de vente spécifiques car il y a plusieurs niveaux de connaissances parmi les clients, de ceux qui ne connaissent rien à ceux qui connaissent bien mais cherchent une bouteille à un prix plus abordable. Il faut pouvoir vendre aux deux publics.

Il faut également être proactif par rapport au client, notamment en allant à sa rencontre. Les enseignes haut de gamme mettent ainsi un accent particulier



**Caviste présentant des vins à une cliente.**  
Photo : IStock.

sur l'accueil du client : les vendeurs y sont formés et compétents et ne laissent pas passer un client sans lui proposer de l'aide. Les ventes croisées sont importantes dans le domaine de la grande distribution : par exemple, un client qui viendra pour acheter une bouteille à amener pour un anniversaire pourra être orienté ensuite vers une planchette de charcuterie préparée par le rayon boucherie. L'idée est de fournir un service complet à l'acheteur, dont le vin est la pierre angulaire !

### Comment utilisez-vous l'analyse sensorielle dans la formation ?

L'analyse sensorielle est essentielle et représente un bon quart de toute la formation. Grâce à elle, le dégustateur sera à l'aise lors de démonstrations à la cave et le caviste pour la lecture des fiches techniques.

L'analyse sensorielle se fait en deux étapes : la première consiste à présenter un référentiel de flacons de différents arômes, ce qui permet aux cavistes ou dégustateurs de les intégrer au niveau technique – ce qui est loin d'être évident.



**Petits flacons permettant d'apprendre à reconnaître les arômes.** Photo : AMTRA / E. Rembault.

Ensuite, il y a l'étape qui consiste à reconnaître ces arômes, ce qui permet d'exercer la mémorisation et de comprendre et assimiler les fiches techniques qui accompagnent les bouteilles.

Cela donne des bases pour les accords mets-vins et permet de renseigner le client sur ce plan.

### Quels sont les rapports entre vigneron-encaveurs et cavistes/dégustateurs ?

Le vigneron-encaveur, dans sa stratégie de marché, distingue plusieurs canaux de distribution : la vente directe, la grande distribution, les maisons de vins revendeurs et l'HORECA. Avec la pandémie, il y a eu une évolution vers les produits locaux, et la vente directe à la clientèle privée s'est développée.

Il est intéressant pour les vigneron-encaveurs qui souhaitent développer la vente en grande distribution d'aller à la rencontre des cavistes – et des dégustateurs – et de leur expliquer les particularités de leurs exploitations et vins. C'est un contact privilégié. En général, ce sont les vigneron qui prennent contact avec la grande distribution et organisent quelque chose de spécial.

Une des particularités de la grande distribution est aussi qu'il y a des acheteurs et que ce sont eux qui, in fine, vont décider de la présence ou non de tel ou tel vin à l'assortiment. En grande distribution se pose également la question des volumes disponibles et de la stabilité de la production – qui doivent être garantis – ce qui devient difficile avec la modification du climat.

Il peut aussi être intéressant d'avoir des échanges pour limiter l'effet « différence culturelle ». Les Suisses-allemands sont plus axés sur l'Allemagne et l'Autriche mais surtout sur l'Italie, et un meilleur

dialogue cavistes-vignerons peut permettre de faire mieux connaître nos vins indigènes Outre-Sarine.

### Comment intégrer les nouvelles vinifications à la formation ?

Le succès du spritz a amené une importante demande pour les mousseux et le prosecco en particulier. Le rosé fonctionne également très fort et a un important potentiel. Il faut tenir compte de cela et étendre l'enseignement auprès des cavistes. Surtout que la Suisse romande produit maintenant de plus en plus de mousseux et rosés de grande qualité qui rivalisent avec les vins étrangers et sont demandés par les clients.

Maintenant, avec l'évolution vers le bien-être et la nouvelle demande, il faut aussi que les grandes surfaces aient des vins nature et des vins sans alcool dans l'assortiment pour répondre à la demande.

La question est de savoir si ces vins sont des marchés de niche ou si la forte croissance actuelle se poursuivra. Les vins nature sont intéressants et ils plaisent particulièrement aux sommeliers, car il est possible de facilement travailler les accords mets-

vins avec eux et cela va bien avec des nouveaux plats plus créatifs. Il est aussi vu comme un produit sain, plus que le bio par exemple. Ce sont des arguments en grande distribution également.

Pour les vins sans alcool, il y a une réelle demande qui se met en place et j'ai déjà travaillé avec des agences pour organiser des animations. Les vins sans alcool ouvrent un marché plus large, sans pour autant sacrifier le prix, ce qui les positionne différemment des succédanés de type jus de raisin ou de pomme pétillants que l'on connaissait auparavant. Les vins sans alcool peuvent intéresser un large public, notamment les familles puisque les enfants peuvent également participer à la dégustation – ou en général, toute personne qui ne consomme pas d'alcool. Cela suit aussi les tendances comme Anne-Sophie Pic qui a lancé à Valence dans son restaurant des accords thé-mets. Il y a aussi de plus en plus de cuisine vegan avec de nouveaux plats.

J'intègre ces nouvelles tendances à mes cours parce qu'ils amènent de nouveaux éléments à la profession de caviste ou de dégustateur : procédés de fabrication, géographie, arômes, accords mets-vin et techniques de vente. 🍷

ANNONCE

## A chacun sa formation

Le secteur vitivinicole est confronté à de nombreux défis climatiques, écologiques et économiques qui exigent de solides compétences en viticulture et œnologie, ainsi qu'en gestion d'entreprise.

A Changins, par un enseignement intégrant autant les connaissances théoriques que pratiques, vous apprendrez toutes les étapes nécessaires allant de l'étude du sol au commerce des vins, en passant par la culture du raisin, ainsi que l'élaboration et la dégustation du vin.



### HAUTE ÉCOLE DE VITICULTURE ET ŒNOLOGIE

- Bachelor of Science HES-SO en Viticulture et Œnologie
- Master of Science HES-SO in Life Sciences, Major Viticulture and Enology + Vinifera EuroMaster

### ÉCOLE SUPÉRIEURE DE TECHNICIEN/NE VITIVINICOLE

- Technicien-ne vitivinicole dipl. ES
- Brevets fédéraux et Maîtrises fédérales de viticulteur/trice, caviste et arboriculteur/trice

**Délai d'inscription 31 mai 2023,  
il reste quelques places !**

Plus d'infos ?



Changins | Route de Duillier 50 | Case postale 1148 | 1260 Nyon 1 | Suisse  
+41 22 363 40 50 | info@changins.ch | www.changins.ch

haute école de viticulture et œnologie | école supérieure de technicien/ne vitivinicole | école du vin

