



“
 On avait anticipé le fait
 qu'on allait vers une autre
 façon de consommer
 et de penser le vin.
 On a commencé à expliquer
 à nos clients qu'il fallait
 boire moins
 mais mieux.
 ”

Le making of

LE LIEU :
*dans la cave de la magnifique cité
 biterroise*
LA DATE : *en deux parties,
 à l'automne et au printemps comme
 les célèbres collections de vins du
 Pays d'Oc !*



BÉZIERS

AU CHAI DU LANGUEDOC
 53 avenue Rhin et Danube
 34500 BÉZIERS
 Tél. 04 67 30 49 01
www.chai-languedoc.com

Au Chai du LANGUEDOC



La règle des trois

Ouvrir la porte de la cave «**Au Chai du Languedoc**», c'est partir un peu à l'aventure. On se croirait dans une sorte de Lascaux œnologique. La première salle nous émoustille, nous fascine. On croirait avoir pratiquement tout vu de ses pépites qui foisonnent dans les casiers dès le premier regard. Et pourtant, non, il faut encore pousser un peu plus loin, s'engouffrer dans une sorte de petit paradis gastronomique où les meilleurs fromages côtoient les produits artisanaux les plus goûteux. Ici, le chaland se doit de cultiver son esprit de curiosité. Car on n'est pas encore au bout de nos surprises. Véritable salle des merveilles, la troisième partie de la cave nous invite en haut... en bas... partout à la fois pour mirer des caisses prestigieuses, des écrins de premier ordre, des flacons dont tout le monde rêve. En vins, champagnes et spiritueux, on ne sait par où commencer. Ici, à **Béziers**, depuis quatre décennies, les **Andrieu (Martine, Denis** et, désormais, leur fille **Aurélië**) ont choisi d'amonceller avec goût et raffinement des cuvées parmi les plus recherchées ou les plus originales. Loin de simplement additionner les étiquettes reconnues - on y trouve tout de même les plus belles signatures tricolores - cette famille de cavistes passionnés a depuis fort longtemps été un piédestal pour les vigneron, notamment, comme le nom l'indique, pour ceux du Languedoc, mais pas seulement. Il y a quarante ans, parier sur la bouteille plutôt que sur le vrac, sur la qualité plutôt que sur la quantité, sur la notion d'accords mets et vins n'était pas la tendance de fond chez les cavistes. Mais c'est le choix qu'avait fait la famille Andrieu en donnant leur chance à de nombreux vigneron qui ont, depuis, gagné leurs lettres de noblesse. Toujours enclins à faire découvrir de nouveaux talents, ils sont les garants d'un grand savoir-faire, autant dans leur capacité à choisir que dans leurs aptitudes à vendre auprès d'une clientèle habituée à cette cave qui regorge de milliers de références. Rencontre avec la famille Andrieu...

“

A cette époque, il se vendait encore beaucoup de vrac mais on avait décidé de passer à autre chose.

”

Avant d'être cavistes à Béziers, vous aviez ouvert une première affaire à Narbonne ; comment aviez-vous acquis votre notoriété ?

Une journaliste de Midi-Libre, originaire du Beaujolais et passionnée de vins avait souhaité nous rencontrer. Elle a passé du temps avec nous et a publié une page entière sur notre passion. Dans les jours qui ont suivi, la parution de l'article a suscité une envie de nous connaître. Et je crois qu'on a su alors fidéliser notre clientèle !

Quelles sont les clés de la réussite pour fidéliser ainsi une clientèle ?

Il faut être disponible pour le client,

associer le vin et la gastronomie. A l'époque, c'était une approche un peu nouvelle. Au fil du temps, on s'est perfectionné en faisant beaucoup de stages, chez les uns et les autres.

Il y a quarante ans, le Languedoc devait être bien différent en matière de vins...

Ah oui ! Des vignerons qui faisaient de la bouteille, il y en avait peut-être une cinquantaine, en dehors du négoce. A cette époque, il se vendait encore beaucoup de vrac mais on avait décidé de proposer autre chose. On est allé à la recherche de vignerons qui avaient des petites cuves de vin



BITERROIS

Pendant 27 ans, Martine et Denis ANDRIEU ont tenu leur boutique dans le centre-ville de Béziers mais le déménagement dans un quartier plus facile d'accès, il y a 17 ans, leur a permis d'élargir leurs choix de vins, de spiritueux et de produits fins. Ce couple de caviste avait aussi ouvert une boutique à Narbonne, le Palais du Vin.

savoir parler des vins que l'on vend, susciter l'envie, la curiosité. Nous, on mène ça depuis plus de quarante ans en couple et ça aide beaucoup. On ne peut pas être performant à 100% en permanence. A deux, avec mon épouse, c'est plus facile et désormais à trois avec notre fille Aurélie. Elles sont aussi passionnées que moi.

Comment avez-vous acquis vos compétences ?

Le commerce, on en avait fait un peu avant. Tous les deux, nous sommes petits-fils de vignerons mais le vin, on est allé l'apprendre chez les vignerons. Dès le départ, nous souhaitions

en vrac mais avec un niveau qualitatif différent, afin de se distinguer. On a affiché des prix qui étaient le double de la concurrence mais on a tout vendu parce que les vins étaient bons et que nos clients étaient curieux.

Quel était votre discours pour les séduire ?

On avait anticipé le fait qu'on allait vers une autre façon de consommer et de penser le vin. On a commencé à expliquer à nos clients qu'il fallait boire moins mais mieux. Et cela correspondait aussi au frémissement qu'on pouvait sentir dans la nouvelle génération de vignerons au début des années 80.

Vous avez un exemple ?

Oui, nous avons rencontré en 1981 Aimé Guibert, de Daumas Gassac qui nous avait fait déguster son millésime 1978. Evidemment, ça sortait du lot par rapport à ce qu'on avait dans notre cave. A cette époque, un bon vin se vendait 5 francs la bouteille. Lui, nous a dit : « mon vin, il faudra le vendre 50 francs ! ». Je dois vous avouer qu'on l'a un peu pris pour un fou mais on lui a quand même pris 12 bouteilles.

Et alors ?

On les a toutes vendues ! A des clients curieux. Tous ces vigneron

en pleine renaissance, vous avez dû croiser d'autres pépites...

Oui, il y a eu aussi Jean-Michel Alquier du Château La Liquière ou La Voulte-Gasparrets de M.Reverdy avec qui j'avais conclu un pacte, main dans la main. Je lui avais dit que si, au bout de six mois, on lui avait enlevé des clients, on arrêterait tout. Six mois, après, il m'a appelé pour me dire que son chiffre d'affaires avait augmenté.

En quoi un caviste aurait pu enlever des clients à un vigneron ?

Je vous parle effectivement d'un autre temps, pas si lointain, durant lequel les vigneron



▲ Un coin dédié aux champagnes de toute beauté où les pépites côtoient les plus grands flacons.

qui le trouvaient un peu déjanté et trop cher ont dû reconnaître que c'est lui qui avait raison. Cette petite histoire nous a permis de tisser un lien de grande confiance avec la maison Daumas Gassac. Aujourd'hui, les enfants nous disent que même s'ils venaient à manquer de vins, ils nous en garderaient toujours pour nous. Aimé a fait partie de ces vigneron qui ont peut-être dérangé mais qui n'ont pas dérangé pour rien. Il était visionnaire. On ne prenait pas encore au sérieux les cuvées de prestige de ces vigneron languedociens.

caviste du coin était une concurrence à leur vente au caveau ! Ils ont finalement compris que ce n'était pas le cas et, qu'en plus, on pouvait donner une certaine valeur à leurs bouteilles. Depuis, on est devenu copains avec tous ces vigneron et beaucoup nous ont avoué qu'ils ne savaient pas toujours bien vendre leurs vins. Et ces liens de confiance dépassent le cadre du Languedoc. On a aussi noué les mêmes relations pérennes avec la maison de Champagne Tribaut-Schlosser depuis plus de trois générations.

Dans ce terroir languedocien alors

Avec un tel noyau dur de vigneron

“

Au final, le caviste reste identifié comme celui qui peut le mieux apporter un conseil.

”

qui ont atteint une belle notoriété, est-ce que vous ouvrez encore la porte aux nouveaux ?

Oui, bien sûr ! Chez nous, rien n'est figé. C'est important d'avoir les grands noms, ça rassure la clientèle mais nous aimons dénicher les nouveaux talents. Les vigneronns le savent du reste, ils viennent échanger avec nous et savent qu'on a acquis une certaine expérience.

Puisque vous êtes des spécialistes du Languedoc, auriez-vous des coups de cœur en termes de cépages ?

Les vins du Languedoc ont surpris il y a quelques années avec leurs vins

Salon des Vins de Loire par exemple. Pour les produits gastronomiques, on va aussi au salon Slow Food à Turin ou même à Barcelone. Celui qui ne bouge pas de sa cave, il faut qu'il change de métier. Par contre, depuis plusieurs années, nous n'achetons plus de grands crus en primeurs. Nous préférons miser sur une belle sélection de seconds vins.

Avez-vous noté au fil des ans des changements de comportement de la clientèle ?

Oui, aujourd'hui, on voit que la génération des quadras, voire des quinquas a envie de découvrir de nouvelles choses. Pour leurs parents, le vin, c'était plutôt alimentaire, pour se désaltérer. Puis le vin a commencé à devenir un produit, non pas de luxe, mais de grande qualité qu'on associe assez souvent avec la gastronomie. Et cette évolution est allée de pair avec les grands progrès qualitatifs effectués par les vigneronns.

Quel est le rôle des femmes en tant que clientes ?

Au début, tous nos clients n'étaient que des hommes. D'ailleurs, il arrivait que des clients qui voyaient mon épouse en premier lui demandaient s'il n'y avait pas un homme pour les conseiller ! Je leur répondais qu'elle était tout aussi capable et même sans doute encore plus que moi de les conseiller. Aujourd'hui, ça a bien changé. On voit de plus en plus de femmes qui aiment et connaissent le vin. Très souvent, ce sont elles qui viennent choisir les vins blancs ou rosés pour l'apéritif. On a même des jeunes femmes tout juste majeures qui viennent choisir leur bouteille pour faire un repas entre copines.

Il y a vingt ans, certains analystes prédisaient la quasi disparition des cavistes de quartier...

Visiblement, ils se sont trompés ! On a dit ça peut-être parce qu'à cette époque la grande distribution semblait tout avaler et qu'on ne pourrait pas résister. Mais au final, le caviste reste identifié comme celui qui peut le mieux apporter un conseil au

“

Les vins du Languedoc ont surpris il y a quelques années avec leurs vins rouges mais je crois qu'on sous-estime souvent les vins blancs.

”



rouges mais je crois qu'on sous-estime souvent les vins blancs. Les grenaches blancs ou même gris sont très intéressants et en association avec le maccabeu il y a de magnifiques cuvées. Le bourboulenc est un peu méconnu et le carignan blanc qui fait partie des vieux cépages de la région donne aussi de jolis vins.

Comment continuez-vous à sourcer vos produits ?

On s'intéresse à tout. On lit, on goûte et puis on voyage. Même nos vacances sont toujours le prétexte à la visite de caves. On va tous les deux ou trois ans en Bourgogne, chaque année au

“

On note aussi une appétence pour les eaux-de-vie française et un regain pour l'armagnac.

”

client avec des sélections précises. C'est vrai aussi que les modifications législatives, notamment sur les taux d'alcoolémie ont orienté les consommations à la baisse mais c'est aussi pour cela qu'il faut mettre en avant la consommation plus qualitative.

Quel est votre avis sur la baisse de consommation des vins rouges ?

C'est un fait et une problématique. Je crois surtout que les gens recherchent de la fraîcheur et de la finesse. A ce titre, le pinot noir est dans le vrai.

Quelle place accordez-vous aux vins bio ?

tisanale. Avant, pour les fêtes de fin d'année, il y avait un engouement très fort de la part des entreprises qui faisaient beaucoup de cadeaux tout en cherchant «à faire des frais». Ce paramètre a bien changé mais nous avons une clientèle particulière qui continue d'apprécier notre offre de produits gastronomiques.

Votre sélection de spiritueux s'apparente aussi à une véritable caverne d'Ali Baba...

C'est une partie qu'on a toujours bien travaillée et c'est de plus en plus le cas. On a beaucoup parlé des whiskies il y a quelques années, puis des rhums et



C'est une tendance qu'on a très tôt accompagné. On est satisfait de cette évolution et nous aimons aussi beaucoup les vins peu ou pas sulfités.

Vous avez aussi la particularité d'être un caviste et un épicier fin avec énormément de références...

On fait vraiment ce métier parce qu'on adore la gastronomie. Cela nous paraît tout à fait normal. C'est un complément naturel. Quand on était installé au centre-ville on faisait déjà des paniers gourmands mais on n'avait pas la même place. Là, on a pu développer comme on l'entendait notre partie fromage et l'épicerie ar-

des gins mais on voit que le whisky conserve un grand intérêt et on note aussi une appétence pour les eaux-de-vie, avec un regain pour l'armagnac par exemple ou les très anciennes liqueurs françaises qui redeviennent à la mode.

Qu'est-ce que la période du Covid a changé ?

La période nous a permis de bien travailler avec des clients qui ne pouvaient plus aller au restaurant et se faisaient plaisir avec de belles bouteilles. Même l'année 2021 a été très bonne mais l'an passé, cela a changé. Les gens ont remis leurs budgets dans les voyages. ■