



VIE PRIVÉE

CAPITAL PRATIQUE

RESTOS DE Des piquettes,

Quel vin choisir pour un déjeuner d'affaires ou un dîner entre amis ? Notre test vérité des cartes de huit grandes enseignes.

Pour 73% des Français, le vin est un sujet de discussion alors que le foot ne l'est que pour 43% d'entre eux. Au moment de passer à table, le choix d'un cépage est donc autrement plus discuté que le dernier match des Bleus. D'autant que les vins, qui représentent 20% du chiffre d'affaires de la restauration, pèsent souvent lourd sur les additions. Alors, que valent vraiment les bouteilles proposées par les chaînes de brasseries et les restaurants ? Nous avons demandé à quatre experts de décrypter les cartes et de noter la diversité, la qualité, la présentation et les prix.

Surprise : nos experts ont trouvé peu de piquettes sur ces tables. Ils y ont même déniché de belles surprises, mais pas là où on les attendait. Car si les grandes chaînes ont incontestablement remonté le niveau de leurs carafes de base, dans les brasseries plus guindées, on vous fait payer un banal bordeaux au prix d'un grand cru ! « Il n'y a pas de mauvais vins sur ces cartes », assure Marie-Louise Banyols, de Lavinia. « C'est de l'industriel, mais plutôt haut de gamme », ajoute Marc Sibard, des Caves Augé. En clair : s'il n'y a peu de risques qu'un mauvais rouge vous rende la digestion difficile, l'addition aura, elle, parfois du mal à passer.

Notre jury

- **Olivier Thiénot**, directeur de l'École du vin (cours d'œnologie et formations).
- **David Desplanche**, sommelier du restaurant Maison blanche (Paris).
- **Marie-Louise Banyols**, responsable des achats pour le caviste Lavinia.
- **Marc Sibard**, directeur des Caves Augé (Paris).

PHOTOS : SP. P. SEBIGNOT POUR CAPITAL

Lomig Guillo



LA BOUCHERIE : DE VRAIES SURPRISES

Note du jury **14,5**/20

Dans les 114 établissements de cette chaîne spécialisée dans le bœuf, c'est le patron lui-même qui sélectionne les vins. « On préfère avoir de très bons vins de petit nom, plutôt que des vins moyens de grandes maisons », confie-t-il. Pour Marie-Louise Banyols, de Lavinia : « Cette carte sent moins le business que les autres. » Ce que confirme Marc Sibard : « Il y a un peu de recherche et des surprises. Mettre un marcollac à la carte, il faut oser. S'ils indiquaient les millésimes, ce serait parfait. » Et l'enseigne propose de emporter sa bouteille non terminée.

A commander les yeux fermés Rouge : bergerac, Tour des Gendres (20,20 euros). Rosé : Château de l'Engarran (19,20 euros).

A éviter Cheval Noir saint-émilion (31,30 euros). « La seule faute de goût de la carte », pour Olivier Thiénot.



HIPPOTAMUS : DU NÉGOCE DE QUALITÉ

Note du jury **14**/20

L'enseigne phare du Groupe Flo, comptant 320 restaurants : n'espérez pas y trouver des vins de petits producteurs. La carte est constituée de vins de gros négociants : Gérard Bertrand, Dubœuf, Chapoutier... Un choix logique, selon Olivier Thiénot : « Ils sont sûrs de ne jamais être en rupture de stock. » Pourtant nos experts avouent avoir été surpris par la qualité des choix, même pour les pichets, qui représentent 30% des ventes. « Le temps où les carafes ne contenaient que de la piquette est révolu », jure le patron d'Hippo.

A commander les yeux fermés Saint-joseph Deschamps de M. Chapoutier (28,50 euros), « parfait avec une viande rouge », selon David Desplanche.

A éviter Le rosé Cave de Saint-Tropez. « A 23 euros, bonjour la marge ! », peste Marc Sibard.



CHAÎNES

quelques pépites



COURTÉPAILLE : BIEN, MAIS ÉVITEZ LES PICHETS

Note du jury **12,5/20**

Les 253 restaurants de grillades au toit pointu ont une carte des vins relativement courte, mais que nos experts jugent variée et claire, avec un effort de décryptage fait avec des mots clés comme «corsé, épicé, léger». Bien aussi, la possibilité de choisir entre un verre de 12,5 cl, des pots de 25 et 50 cl, ou une bouteille de 75 cl. «C'est un confort pour le consommateur, estime Marc Sibard. Et les prix sont corrects : personne n'est volé ou ne sera empoisonné.»

A commander les yeux fermés Bourgogne pinot noir Cœur de Violette, Frédéric Magnien (20,60 euros). «C'est un domaine connu et sérieux», juge Marc Sibard.

A éviter Les vins en carafe. «Leur offre ne fait pas envie. Moi, s'il n'y a que ça, je préfère encore prendre une bière», jure le sommelier de la Maison blanche.



SUSHI SHOP : CHOIX JUDICIEUX, PRIX ÉLEVÉS

Note du jury **12/20**

Régulièrement, Sushi Shop (83 magasins en France) fait réaliser une partie de sa carte par un chef étoilé. Après Thierry Marx, c'est Joël Robuchon qui met la main aux sushis depuis mi-janvier. Sa présence se retrouve aussi sur la carte des vins, avec deux crozes-hermitage cuvée Robuchon (un rouge et un blanc) des domaines Jaboulet, à 25 euros. Une carte courte, mais que nos experts jugent bien faite, avec une majorité de vins blancs aromatiques et fruités, adaptés au poisson, et des rouges légers. Seule critique : les prix un peu trop élevés.

A commander les yeux fermés Côtes-de-gascogne, Côté Tariquet (19 euros). Pour David Desplanche : «Il y a un bon gras, une belle minéralité et de la fraîcheur.»

A éviter Brouilly, La Chapelle de Venenge (22 euros), trop cher et sans personnalité.



BRASSERIES BLANC : DES MARGES BIEN GRASSES

Note du jury **11,5/20**

Le groupe Blanc, c'est 14 restaurants et brasseries mythiques : Au pied de cochon, Le Procope, Le Sud, Le Grand café, mais aussi le Bar André à La Rochelle, ou La Lorraine Luxembourg. La carte des vins (issus de négociants) est à 90% identique d'un établissement à l'autre, variée et complète. Mais hors de prix. «Franchement, ils abusent», décrypte Olivier Thiénot. Sur plusieurs bouteilles, le coefficient de marge est de 6, quand la moyenne dans la restauration est à 3,5. C'est le cas d'un mercurey vendu 79 euros et que nos experts estiment à moins de 13 euros à l'achat.

A commander les yeux fermés Riesling grand cru Altenberg de Bergheim 2008, Gustave Lorentz (41 euros).

A éviter Le champagne Moët & Chandon, à 140 euros. «Dix fois le prix de la bouteille», fulmine l'acheteuse de Lavinia.





LA CRIÉE : LE BLANC DOMINE LOGIQUEMENT

Note du jury **11/20**

Sur les 25 références que compte la carte des vins du spécialiste des poissons et plateaux de fruits de mer, une bonne moitié est commune à ses 51 adresses. Logiquement, les blancs y sont majoritaires et représentent 70% des ventes. En plus de ce tronc commun, chaque restaurant garde la possibilité d'ajouter des vins locaux à la carte, parfois de petits producteurs. Un très bon point, selon notre juré Olivier Thiénot. Par contre, certains prix semblent excessifs à nos experts, avec en particulier un petit-chablis de chez Laroche à 34,50 euros, près de dix fois son prix d'achat.

A commander les yeux fermés Sancerre AOP Pascal Jolivet (36,50 euros). «Bien fait et idéal avec des fruits de mer», selon David Desplanche.

A éviter Gewurztraminer Klipfel (27,90 euros), pas adapté aux fruits de mer.



BRASSERIES COSTES : DU BLING BLING AU PRIX FORT

Note du jury **10,5/20**

Nos experts reconnaissent que les 15 établissements du groupe Beau-marly, de Gilbert et Thierry Costes, proposent des vins de qualité. Mais tous pointent aussi les marges confortables de ces brasseries des beaux quartiers (le Café français, à la Bastille, le Georges, au Centre Pompidou, le Marly, au Louvre). Le brouilly Château des Tours, facturé 20,60 euros chez Courtepaille, est ici à 35 euros. «Bien sûr, ils n'ont pas les mêmes loyers, ni les mêmes frais, mais là, c'est de l'abus», estime Marie-Louise Banyols. Ou le Château Maucaillou 2007 (un bordeaux supérieur, pas le moulis...), à 30 euros au café Marly et 60 euros au Matignon, «alors que la bouteille coûte 4,20 euros»!

A commander les yeux fermés Mercurey Château de Chamirey 2010 (50 euros).

A éviter Tous les bordeaux d'entrée de gamme, chers.



GROUPE BERTRAND : JOLI CADRE, VINS MEDIOCRES

Note du jury **10/20**

Le groupe Bertrand est spécialisé dans la fourniture de boissons pour les cafés et les restaurants. Et il possède ses propres enseignes : les pubs Au Bureau et Leffe, et une douzaine de restaurants parisiens fréquentés par une clientèle d'affaires aisée, comme La Gare, le Ô ou Les Deux Stations. Pourtant, pour nos experts, la carte des vins n'est pas à la hauteur des lieux. «Tous les vins de cette carte sont ceux qu'on retrouve dans les duty free, observe Marc Sibard. C'est du vin formaté, cher et sans originalité.» Olivier Thiénot, de l'Ecole du vin, va plus loin : «On sent la patte de gens de business, pas de gens qui aiment le vin.»

A commander les yeux fermés Touraine gamay Domaine de la Charmoise, Henry Marionnet (28 euros).

A éviter Cinsault rosé, IGP, 5,5 euros le verre, soit deux fois le prix d'achat de la bouteille.



L'irrésistible progression du vin au verre

Pour Olivier Thiénot, de l'Ecole du vin : «Au restaurant, on n'aura jamais de bonne surprise avec un bordeaux d'entrée de gamme.» Mieux vaut opter pour des vins qui se boivent jeunes. «Ceux du Languedoc, comme le faugères, le fitou, le pic-saint-loup»,

détaille David Desplanche, sommelier du restaurant Maison blanche. Une bonne option : le vin au verre, dont l'offre s'étoffe. Ainsi, depuis l'an dernier, les 135 restaurants et bars du groupe Lucien Barrière ont une carte des vins au verre commune, sur laquelle

nos experts ont relevé un bon sancerre bio du domaine Vacheron (10 euros). Enfin, il faut mettre la juste somme, soit, pour une bouteille, l'équivalent du prix du plat moyen.

Le vin au verre est un bon moyen de se faire plaisir, sans risque de se tromper.



PHOTOS: S.F.P. SEBROT POUR CAPITAL