

BOISSONS L'INTERVIEW

Olivier Dauga a fondé Le Faiseur de vin pour accompagner les viticulteurs depuis la vigne jusqu'à la commercialisation des nectars. Il collabore aussi avec Monoprix pour l'élaboration de ses vins sous MDD.

«La France regorge de petits vins trop méconnus»

Olivier Dauga, fondateur du Faiseur de vin

LSA - Vous êtes un « wine maker » différent des autres. Quelles sont vos spécificités ?

Olivier Dauga - En général, les wine makers s'occupent de vinification, mais ne se soucient pas ou peu de la commercialisation des vins. Notre société, Le Faiseur de vin, propose un service global de suivi des raisins et des vinifications, mais aussi du marketing et de la promotion. Par exemple, en organisant des dégustations, en participant avec nos clients à des salons ou encore en accompagnant nos clients dans la création d'étiquettes et, si le viticulteur le souhaite, nous lui ouvrons notre carnet d'adresses pour l'aider à trouver des débouchés commerciaux. Pour autant, nous ne sommes pas des négociants.



clients, notamment les jeunes. Cet emballage démocratise le vin. Il redonne au vin son côté « plaisir » et ôte toute la sacralisation qui l'entoure. La France regorge de bons vins, peu onéreux, qui ne demandent qu'à sortir de leur anonymat.

LSA - Que pensez-vous du phénomène des foires aux vins ? Risque-t-il de s'essouffler ?

O. D. - Elles ont encore de l'avenir, à condition que les distributeurs apportent des réponses créatives et originales. Notamment en dénichant des crus inconnus, de vraies découvertes, des vins de grande qualité à des prix raisonnables... Les grands crus font rêver, mais bien d'autres vins sont tout aussi fabuleux. C'est d'ailleurs une des forces de Monoprix qui, chaque année, lors de sa foire, propose des nectars à des prix très intéressants.

LSA - Vous ne négociez donc pas pour Monoprix... En quoi consiste votre mission chez ce distributeur ?

O. D. - Nous établissons et élaborons des profils de vins précis. Je les assemble année après année chez les fournisseurs pour m'assurer de la régularité de la qualité, comme pour un champagne. Cette mission est fabuleuse car elle me permet de sillonner tous les vignobles de France.

LSA - Vous êtes consultant pour des domaines étrangers. Êtes-vous inquiet du réchauffement climatique ?

O. D. - Non, pas particulièrement. Ce qui m'inquiète beaucoup plus, c'est la façon dont on maltraite la terre et la nature sans penser que cela fait partie du patrimoine que nous allons laisser aux générations futures.

LSA - Cette expérience vous a-t-elle appris à mieux connaître les consommateurs ?

O. D. - Oui, car, de façon étrange, les clients pardonneront le défaut d'un grand vin, mais pas celui d'un petit vin. C'est un exercice difficile car les coûts de production grimpent très vite et, si l'on veut garantir des vins de qualité, il faut être très rigoureux et attentif à toutes les étapes de la chaîne. L'autre enseignement fut de constater que les Bag-in-box séduisent de plus en plus de

LSA - Que pensez-vous de la mode des vins signés de consultants stars... ?

O. D. - Les consultants doivent être derrière les vins, derrière les propriétaires qu'ils conseillent plutôt que devant la scène. Cependant, cela permet à ces vins d'être médiatisés. Tant mieux pour les propriétaires, qui profitent de cette mise en lumière. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVIE LEBOULENGER