



PORTRAIT

L'amitié au service du vin

Olivier Dauga est un winemaker atypique. Récemment récompensé par le GaultMillau, il développe un style de travail basé sur l'humain

Il fait partie de ces anciens joueurs de rugby à la carrure imposante que l'on a l'habitude de croiser dans le Sud-Ouest. Sa verve et sa démarche en imposent. Mais, comme s'il voulait être sûr qu'on le remarque, il surélève sa stature par des paires de lunettes toujours originales et des chemises souvent colorées. Son style peu commun, on le retrouve aussi dans sa façon de travailler le vin. Olivier Dauga se définit comme un "faiseur de vin". Une appellation originale qui est aussi le nom de sa société. Il accompagne ses clients à toutes les étapes, de la culture des vignes jusqu'à la commercialisation du vin.



Pour Olivier Dauga, "un monde sans vin, c'est comme un monde sans abeilles, ça ne peut pas exister"

Ce suivi est animé par un seul objectif pour Olivier Dauga : "Un vin n'est bon que quand il est vendu." Alors, plus que simplement aider les vigneron à faire leur vin, notre homme les "coache". Il affirme : "La dimension psychologique du viticulteur dans la réussite de son vin est fondamentale." Avant de collaborer avec un viticulteur, il passe beaucoup de temps à l'écouter pour comprendre sa façon de travailler les vignes et le vin.

Son ciment est sans conteste la force des relations humaines. Il se noue donc entre le "faiseur de vin" et le viticulteur des relations d'amitié. Sa devise est claire : "Le vin est une question d'amitié et de partage."

■ Mettre en valeur l&e vin

La démarche de cet autodidacte est basée sur le désir de faire rêver les acheteurs et de créer une atmosphère conviviale autour du vin. L'histoire que raconte chaque vin est fondamentale dans la commercialisation. "Il ne suffit pas de faire du bon vin, il faut savoir le mettre en valeur", précise-t-il. Olivier Dauga est donc toujours à la recherche d'idées. Il vient de réaliser, pour l'un de ses trente clients, des étiquettes conçues à partir de dessins d'enfants. Elles sont toutes uniques. Ainsi, la bouteille devient un bel objet que l'on souhaite acheter et garder. Et pour connaître les solutions adaptées à ses clients, il goûte beaucoup, plus d'une centaine de vins par jour, et reste toujours ouvert. Il tente de réaliser un produit différent avec chacun d'eux. Il s'agit de donner naissance à un vin à leur image. Les relations de travail sont basées sur des vertus d'entraide, d'humilité et d'amitié. Il les a acquises durant ses dix ans de pratique du rugby. Pour chacun de ses clients, il crée un vin différent. "J'écoute les viticulteurs pour faire avec chacun un vin à son image, je suis très proche d'eux." Son type de fonctionnement semble efficace : il a été distingué par le GaultMillau en 2008, dans la catégorie "révélation œnologue".

■ "Un grain de folie"

L'homme est confiant quant à l'évolution du marché du vin. Ce natif du Libournais souhaite y amener "un grain de folie". "Bordeaux vit du vin et on ne le voit pas quand on s'y promène. Je trouve qu'il n'y a pas assez de bars à vin. Il y a 57 appellations dans le Bordelais et elle sont très mal représentées dans la ville", donne-t-il comme exemple. Et de terminer par une phrase définitive dont il a le secret : "Un monde sans vin, c'est comme un monde sans abeilles, ça ne peut pas exister."

Thomas Bartherote

How friendship can sell a wine

Olivier Dauga is not your typical winemaker. A recent GaultMillau award winner, his style of working focuses on the interpersonal level.

He is one of those sturdily-built ex-rugby players who crop up quite often in the South-West of France. This is a man of great vigour with an imposing gait. But just for good measure, he accentuates his stature by wearing eye-catching glasses and colourful shirts. His individual style also extends to his work with wine. Olivier Dauga describes himself as a winemaker or "faiseur de vin". This original description is also the name of his company. He offers his services to clients at every stage of the wine making process, from growing the vines right through to selling the finished article.

For Olivier Dauga, one clear objective underpins all his work: "A wine is only good if it sells." With this in mind, Dauga goes beyond simply helping wine growers to make their wine – he "coaches" them. This is how he explains it: "The psychological dimension is the key to whether a wine grower makes a success of their wine." Before collaborating with a wine grower, he spends a lot of time listening to them in an attempt to understand the way they cultivate their vines and make their wine. Dauga prefers to focus above all on the interpersonal level, and that is why he tries to forge a friendship with the wine grower. His motto is simple: "Wine is all about friendship and sharing."

Make the wine stand out

The approach of this self-taught wine expert is based on a desire to inspire consumers and to create a convivial atmosphere around wine. Every wine has a story, and this story needs to be told when it comes to selling it. "It's not enough to make a good wine: the important thing is to make it stand out on the shelves," Dauga explains. This means that Olivier Dauga is always looking for ideas. One of his recent projects was to help design labels based on children's drawings for one of his thirty clients. Every single label is unique. The idea was to make the bottle a desirable object that the customer would want to buy and keep. In the interests of research, he tastes a lot of wines, over one hundred per day in fact, and he is always open to ideas. He tries to create a different product with each wine and create the perfect image for each one. His working relationships are based on mutual support, humility and friendship – characteristics acquired during his ten years of playing rugby. He creates a different wine for each of his clients. "I listen to what my clients have to say and then together we work on finding the right image for their wine. For me, building close relationships is the key." It seems that he is doing something right: he received a GaultMillau award in 2008 as the "revelation of the year" in the wine expert category.

"A touch of fun"

Dauga is confident about the future development of the wine market. One thing this native of Libourne would like to add, however, is "a touch of fun". "Bordeaux lives on wine but this is not so evident when you stroll around the city. I think that there are too few wine bars. There are 57 appellations in the Bordeaux region, but they are very poorly represented in the city itself," he reckons. It seems fair to give the last word to the man with a knack for snappy phrases: "A world without wine would be like a world without bees: it couldn't exist."

Thomas Bartherote