

RENCONTRE

Olivier Dauga. Winemaker haut en couleurs

Élu révélation de l'année pour son rôle de consultant en vins par le guide Gault Millau, Olivier Dauga conseille 25 propriétés, surtout en Gironde. Son discours et son look détonnent sur la place de Bordeaux mais lui n'en a que faire : il pense que c'est en brisant les codes que le vin pourra séduire une nouvelle clientèle.

L'homme passe difficilement inaperçu. Au cas où sa carrure de rugby-man ne le ferait pas assez remarquer, Olivier Dauga, santiags aux pieds, lunettes design sur le nez, arbore des chemises roses, jaunes, à paillettes... qui font aujourd'hui partie de son personnage. Ses coups de gueule et de cœur détonnent et font de lui un "extraterrestre" dans le monde feutré de la viticulture bordelaise. Le consultant en vin s'en moque... et sait même en jouer. « Je suis marginalisé dans le milieu du vin à Bordeaux, mais je ne m'occupe pas de ce qu'on dit de moi. J'aime m'amuser et profiter de la vie. Je n'y peux rien, si on ne sait pas rire à Bordeaux ».

Révélateur de terroir

25 châteaux font aujourd'hui confiance à Olivier Dauga pour qu'il élabore le meilleur vin possible sur leur propriété. Le winemaker cherche avant tout à révéler des terroirs dont le potentiel est sous-exploité. Mais n'allez pas dire qu'il essaie d'en tirer le même vin à chaque fois. « Le terroir et l'encépagement varient à chaque fois, et surtout, le viticulteur, explique Olivier Dauga. Or, le vin doit être le reflet du propriétaire ». À l'inverse du critique américain Robert Parker, qui a imposé son goût pour le vin boisé, Olivier Dauga souhaite créer différents styles. « Certes, je n'aime pas les choses dures ou astringentes, mais je ne souhaite pas pour autant faire un vin uniforme ». D'ailleurs, pour le dirigeant de la société Le Faiseur de vin, « le bois doit être le support du fruit, pas le dépasser. Il n'est pas indispensable. Cela ne sert à rien de vouloir faire riche quand la qualité n'est pas au rendez-vous ».

Pas de tabou

Olivier Dauga est connu pour son tempérament entier et n'hésite pas à parler de l'un des sujets les plus tabous du monde du vin : l'argent. « Quand je demande à un viticulteur quels sont ses coûts de production à la bouteille, on me regarde la plupart du temps avec de gros yeux.

Mais la production du raisin a un prix, et en fonction du marché que l'on vise, il faut savoir adapter ses frais ».

Adapter goût, packaging et prix au consommateur

Pour le winemaker, le consommateur doit être considéré comme le premier maillon de la chaîne. « Lorsque je conseille à un propriétaire de modifier son encépagement, on me répond parfois que c'est vendre son âme au diable, ne pas respecter son terroir. C'est faux. Le prix, le goût et le packaging doivent être adaptés au consommateur ».

Ces valeurs et son caractère, Olivier Dauga les a forgés au sein de sa famille et grâce au rugby. Né à Libourne en 1964, il a arpenté le vignoble de ses grands-parents dès son plus jeune âge. Et vu comment, pour doper leurs ventes, ils ont développé leur réseau relationnel et l'accueil à la propriété. L'amitié et le sens de l'hospitalité qu'il a connu dans sa famille, Olivier Dauga les a retrouvés dans le rugby.

Un avenir de chroniqueur ?

À 24 ans, alors qu'il se passionne pour le ballon ovale, Olivier Dauga débute un stage au Château Sociando Malet. Lui qui n'a jamais mis un pied dans le Médoc, et ne connaît que le vin de la propriété familiale devient après quelques mois chef de culture. La réputation du Château grimpe en flèche les années suivantes... et celle d'Olivier Dauga également. Au sein des Châteaux Latour Carnet, puis Rollan de By, pour lesquels il travaille entre 1992 et 1998, il prend goût aux challenges, jusqu'à lancer Le Faiseur de vin, une société de conseil, en 2000. À 44 ans, le winemaker souhaite continuer à prodiguer ses conseils dans le milieu du vin, sans envisager d'acquiescer ses propres vignes. « J'aurais trop de mal à m'occuper de mes clients et de mes vignes en même temps. Et je me suis toujours dit que je changerais de métier à 50 ans. En fait, j'aimerais devenir chroniqueur ».

Yann Buanec



© 25 clients ont recours aux services d'Olivier Dauga, dont l'atelier est basé à Mégnac. La plupart des propriétés sont situées à Bordeaux : Château Bellevue Gazin, Fleur Haut Gaussens, Grain d'Or du groupe Castel...

PARCOURS

1964
Naissance à Libourne

1978
Lycée agricole de Saintes

1985
Intègre le club de rugby SbuC (Stade bordelais université club)
Diplôme universitaire d'aptitude à la dégustation

1988
Directeur technique et chef de culture au Château Sociando Malet

1992
Directeur général du Château Latour Carnet

1998
Directeur technique du Château Rollan de By

2000
Création du Faiseur de vin

2008
Élu révélation de l'année pour son rôle de consultant en vins par le guide Gault Millau EdKion 2009

« À Bordeaux, on ne fait pas rêver les gens ! »

Combien de clients font appels à vos services chaque année ?

Le Faiseur de vin compte environ 25 clients. La plupart sont situés à Bordeaux, mais je suis également consultant dans le Sud de la France, en Ukraine pour le vignoble Veles et au Maroc pour le Domaine de la Zouina. Depuis 2008, Monoprix m'a chargé de l'assemblage pour sa marque de vin. Je réalise également des assemblages pour des clients australiens. Je m'occupe de la partie vinification et Catherine Socasau, ma collaboratrice au sein du Faiseur de vin, du marketing, du packaging et des dégustations.

Quelles sont les principales lacunes que vous détectez chez les viticulteurs bordelais ?

Le vin doit être le reflet du propriétaire, pas du winemaker. Un vin reflète les ambitions, mais aussi les moyens du viticulteur. Le terroir et l'encépagement n'expliquent pas tout. Certes, tout le monde veut faire un grand vin, mais faire

un bon vin, ce n'est déjà pas si mal. Et s'il ne se vend pas, il faut essayer de comprendre pourquoi. Souvent les viticulteurs pensent que faire un bon vin suffit, sans tenir compte des attentes du marché. Et comme ils sont persuadés que la qualité de leur vin est une fin en soi, ils ne communiquent pas sur leur vin. Il faut faire rêver les gens. Or, à Bordeaux, on ne fait pas rêver les gens !

Comment apporter du rêve ?

Il faut commencer par ouvrir les châteaux. Essayez d'aller dans une propriété sans rendez-vous. Alors qu'en Bourgogne, par exemple, on vous accueille avec plaisir, ici, on trouve portes closes. Je suis admiratif de ce qu'a fait Philippe Raoux avec la Winery ou Jean-Michel Cazes avec son pôle œnotouristique.

Ensuite, il faut cesser de faire comme si le vin c'était la messe. Cela doit être un produit de fête et de bonheur partagé. Je travaille beaucoup sur les étiquettes pour les rendre moins sobres. Château Vieille Chapelle a imprimé plus de 1.000

étiquettes avec des motifs ou des sens différents. Château Marzin a écrit en gros le prénom de toutes les personnes qui ont participé à ses vendanges.

Enfin, Bordeaux doit promouvoir son vin de façon plus populaire. Il n'existe aucun musée du vin dans la ville, et excepté le CIVB et Nicolas, presque pas de bars à vins.

Quelles sont les attentes du marché aujourd'hui ?

Nous assistons à un retour des vins souples. Aujourd'hui, le consommateur n'ouvre que cinq ou six fois par an un grand vin. Pour le reste de la consommation, il faut des vins de plaisirs, à boire tout de suite, pourquoi pas avec un bouchon à vis. La plus grande bouteille, c'est celle qui se boit.

Quelle est votre ambition pour Le Faiseur de vin ?

Je ne souhaite pas multiplier le nombre de clients. Bien au contraire, mon objectif est de m'occuper de moins de propriétés en augmentant mes tarifs et en proposant des services toujours plus poussés.

Il aime, il n'aime pas...

Il aime

- le sport, sa famille, les choses simples
- la gastronomie, les vins
- la créativité
- les voitures (il possède une Dodge Challenger)
- son chien Victor, un bulldog français

Il n'aime pas

- le mensonge, la méchanceté, l'agressivité
- les serpents
- les mauvaises odeurs