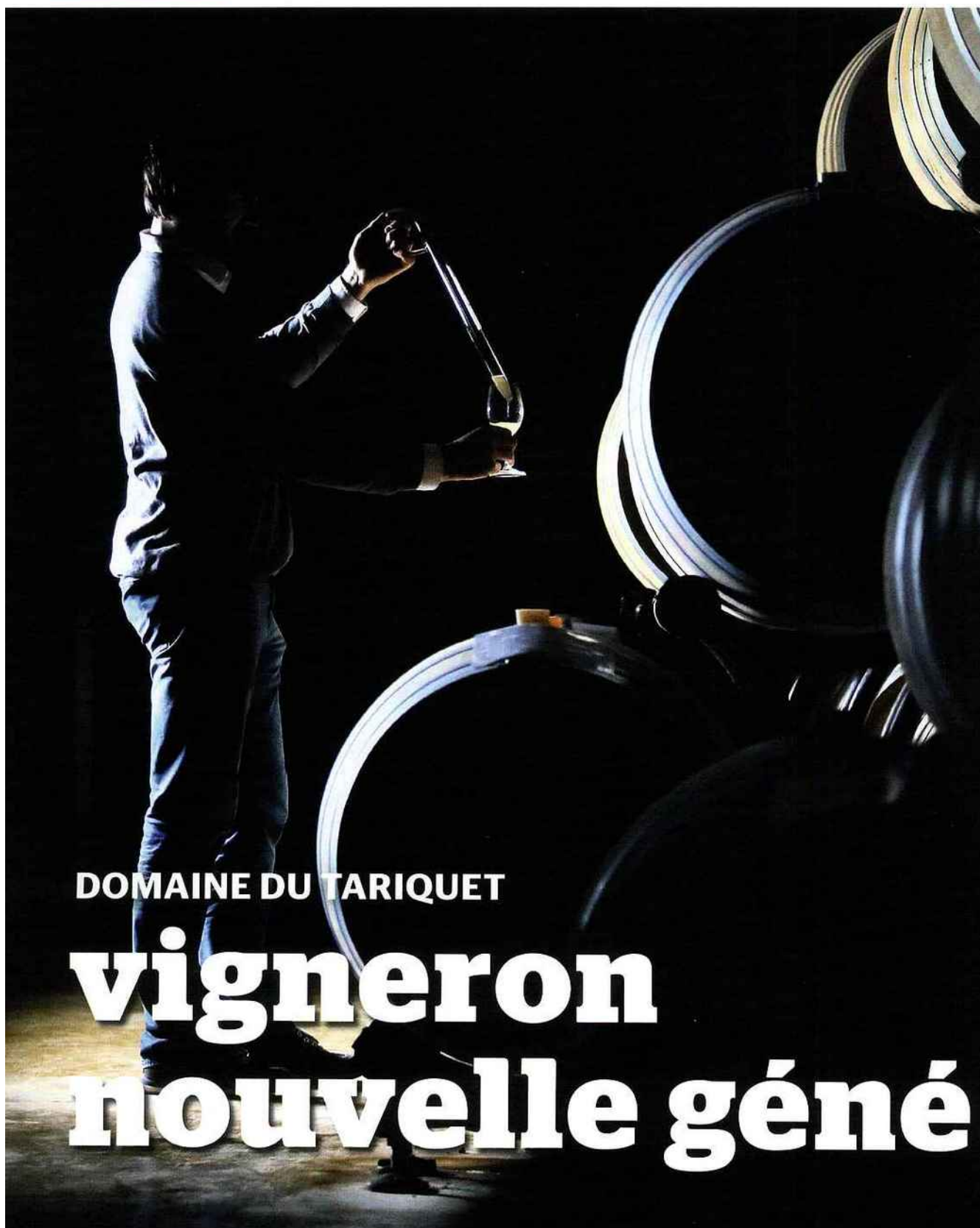


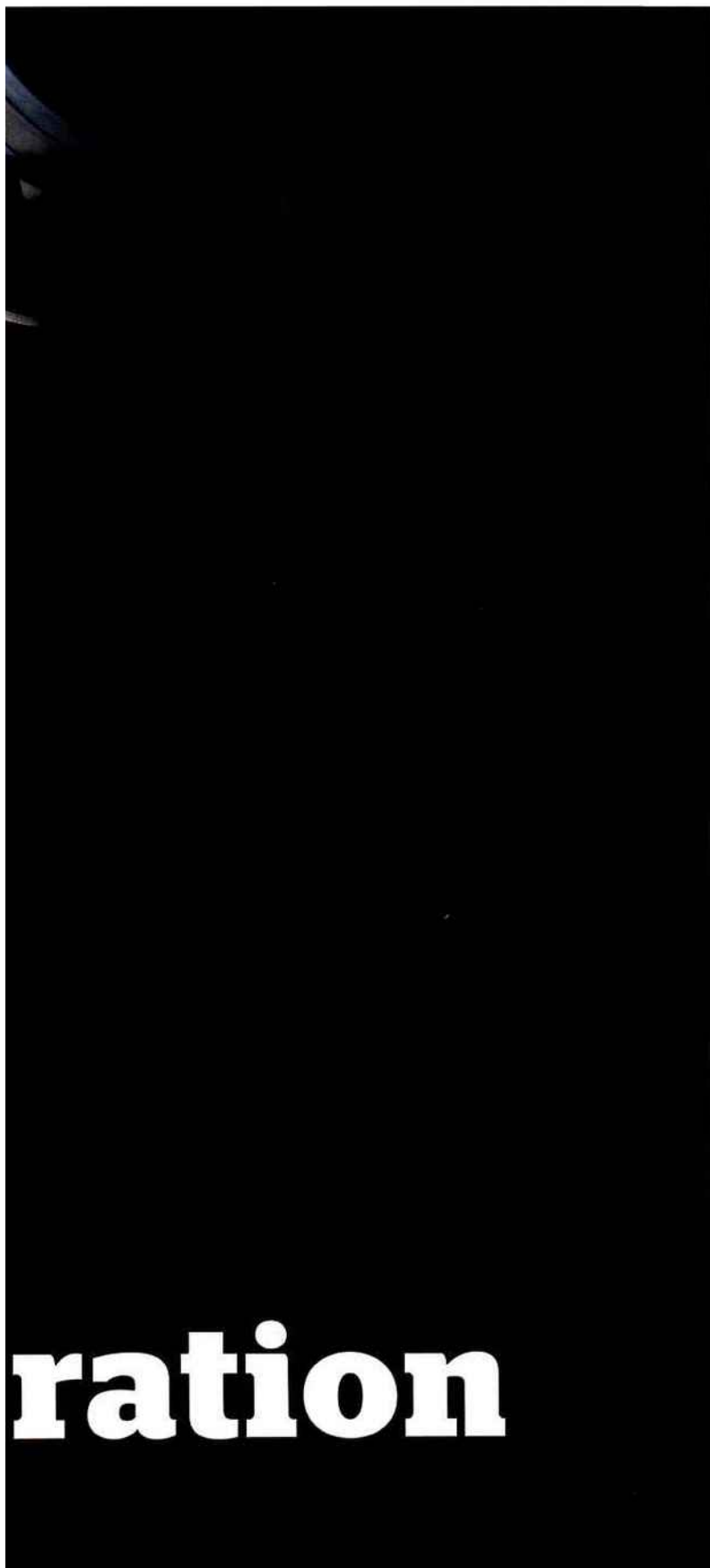


ENTREPRISES EN IMAGES



DOMAINE DU TARIQUET

vigneron nouvelle géné



Le domaine viticole gersois, situé à Éauze, jouit d'une notoriété grandissante, y compris à l'export. Et si la société familiale a récemment investi dans des équipements ultra-modernes, elle n'en oublie pas pour autant ses racines « terriennes ». Plongée dans les coulisses d'un domaine centenaire porté par la passion du vin. par Alexandre Léoty

- Photos : Rémi Benoit

L'unité d'embouteillage, qui a nécessité un investissement de 4,5 millions d'euros, est flamboyante neuve. Mise en service en 2011, elle fait la fierté de Rémy Grassa. Le jeune homme de 37 ans, qui dirige le Domaine du Tariquet avec son frère Armin, se souvient avec une pointe d'émotion de l'époque où, enfant, il gambadait entre ces murs. « Ce n'était alors qu'une simple étable ! sourit-il en se faufilant entre les lignes de production ultra-modernes. Nous y élevions des blondes d'Aquitaine... » Un passé « terrien » que le jeune chef d'entreprise conjugue toujours au présent. « Ce sont nos racines, mais aussi notre ADN, insiste-t-il. C'est ce qui nous porte. » Et si, aujourd'hui, le Domaine du Tariquet compte plus de 1 000 hectares de surfaces viticoles en production, fait travailler 88 permanents (auxquels s'ajoutent 50 ETP en saison) et génère un chiffre d'affaires de 30 M€, la société ne se considère pas comme un acteur industriel. « Le contact avec le vin reste primordial, c'est notre richesse, notre patrimoine », glisse Rémy Grassa, dont l'œil se met à pétiller lorsqu'il évoque l'histoire du domaine,



Domaine du Tariquet

La société a investi plus de 20 M€ depuis 2009, principalement en achat de surfaces viticoles et en outils de production



► Pour certains produits spécifiques conservés plusieurs années, le froid s'accumule et devient visible sur la paroi des cuves

1683

Premières traces connues de distillation sur les terres du domaine

1912

La famille Grassa rachète le domaine

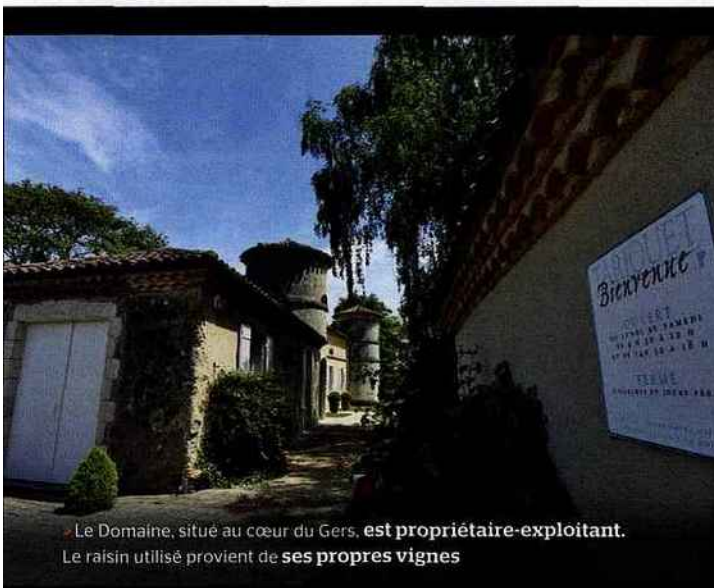
1982

Le Domaine du Tariquet se lance dans **la production de vins blancs**

2011

Le domaine investit 4,5 M€ dans son unité d'embouteillage.
Un investissement global qui se chiffre à 20 M€ depuis 2009.

intimement liée à celle de sa famille. « On a trouvé ici des traces de distillation datant de 1683 », explique-t-il. Mais c'est bien plus tard que la famille Grassa s'installe sur ces terres. « Mes arrière-arrière-grands-parents, Ariégeois, étaient montreurs d'ours à New York, raconte le jeune vigneron. Puis, en 1912, ils sont tombés amoureux du Domaine du Tariquet et ont décidé de le racheter. » Le vignoble ne compte à l'époque que sept hectares. L'exploitation est par la suite reprise par les grands-parents des actuels dirigeants, après la Seconde guerre mondiale. Puis, deux de leurs enfants, Maïté et Yves Grassa, prennent le relais en 1972. Dix ans plus tard, le domaine, historiquement tourné vers la production d'armagnac, s'oriente vers celle de vins blancs. « En 1982, l'idée paraissait saugrenue, rappelle Rémy Grassa. Les vins blancs avaient très mauvaise



Le Domaine, situé au cœur du Gers, est propriétaire-exploitant. Le raisin utilisé provient de ses propres vignes



Les lignes d'embouteillage du domaine permettent de produire jusqu'à 50 000 bouteilles par jour



Les étiquettes sont apposées sur les bouteilles à l'aide d'un collage adhésif ou d'une colle à froid traditionnelle



Tariquet a investi cette année 1,2 M€ dans l'achat de 25 machines dédiées à un traitement plus écologique des vignes

presse. Ce n'était pas gagné : on offrait une bouteille de blanc à chaque livraison d'armagnac...»

« Ce n'est pas la com' qui a fait le produit »

Mais le succès a rapidement été au rendez-vous, notamment à l'export. Et au fil des années, la gamme s'est sensiblement élargie. Désormais, les neuf vins blancs de Tariquet (sept secs et deux moelleux) - qui représentent 93 % de la production du domaine - côtoient des vins rosés (5 %) et des armagnacs (2%). Les 9 millions de bouteilles produites chaque année par la société sont commercialisées à 60 % en France et à 40 % à l'export (Europe du Nord, Amérique du Nord et, depuis peu, Asie), auprès de cavistes et de restaurateurs. Et contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, si la marque Tariquet connaît aujourd'hui une renommée grandissante,

ce n'est pas le fruit d'une savante opération marketing orchestrée par une armée de communicants. « Ce n'est pas la com' qui a fait le produit, assure Ithier Bouchard, directeur commercial du domaine. D'ailleurs, nous n'avons pas vraiment de plan marketing. Simplement du bon sens et la chance de s'être lancés sur le marché parmi les premiers. » Rémy Grassa confirme : « Nous avons fait du marketing sans le savoir. Au départ, nous n'écrivions même pas 'Tariquet' de la même manière sur toutes les bouteilles ! ». Reste désormais à gérer l'engouement. « Nous devons faire comprendre qu'il n'y a qu'un seul et unique Domaine du Tariquet, tranche Ithier Bouchard. Certains se présentent en effet comme faisant 'du Tariquet'. Nous nous protégeons et, si les choses vont trop loin, nous n'hésitons pas à attaquer. » La rançon du succès ■