



DOMINIQUE GIROUD
«Dès qu'un vigneron produit beaucoup, il doit avoir une stratégie et sortir de sa cave.»

VITICULTURE

Comment Giroud Vins a tissé un réseau mondial

Après avoir investi 15 millions de francs à Sion, le CEO développe une chaîne de magasins Wine Universe et sponsorise le Genève-Servette HC. Un dynamisme qui ne laisse pas indifférent! **PAR SERGE GUERTCHAKOFF**

Le tourisme a dynamisé le vin en Toscane et en Californie. Dominique Giroud s'en est inspiré pour créer une cave susceptible de drainer un maximum de voyageurs. Pari réussi! Le quatrième plus gros producteur du Valais a érigé une «cathédrale» vitivinicole sur les hauts de Sion. Ce bâtiment en béton teinté en noir, doté d'une tour en granit, ne passe pas inaperçu. Avant cela, deux années durant, le vigneron avait visité des domaines en Italie et en Espagne, pour réfléchir à la cave du troisième millénaire.

Ainsi, depuis février 2008, le siège de Giroud Vins surplombe la capitale, œuvre de l'architecte Hansruedi von Rickenbach. Cinq kilomètres de lamelles de mé-

lèze valaisan lambrissent le plafond d'une des quatre salles tandis que des «boules du Rhône» tapissent le sol du chai à barriques. Le coût de cette «offrande» à Bacchus? «Je n'aime pas donner de chiffres», martèle celui qui est réputé pour ses prises de position proches de la Fraternité sacerdotale Saint-Pie-X et qui habituellement n'a pas sa langue dans sa poche. On parle d'un investissement d'environ 15 millions de francs, soutenu par Credit Suisse.

Né au Tchad en 1971, le parcours de ce jeune patron décoiffe. Après quelques années africaines, Dominique Giroud revient en Valais. En 1992, ayant achevé une formation en œnologie à Changins, il s'associe avec son père pour créer les Vins Giroud.

CARTE DE VISITE

- 1971** Naissance au Tchad.
- 1992** Création de Vins Giroud avec son père François.
- 2003** Devient sponsor principal du FC Sion.
- 2007** Ouverture du premier Wine Universe à Genève.
- 2008** Inauguration de ses installations à Sion.
- 2010** Désigné «cave de Suisse» par le salon Vinitaly. Devient key sponsor du Genève-Servette HC.

Seul problème, les associés ne possèdent qu'un hectare et demi de vignes et n'ont pas d'outil de production... Malgré cela, un an plus tard, ils mettent la main sur une première cave à Chamoson. Profitant des opportunités, l'entreprise s'agrandit d'année en année: création de la Cave Saint-Théodule à Orsières (rebaptisée Cave des Combins), de la Cave Albert Biollaz (11 hectares) à Saint-Pierre-de-Clages ou encore la vinification de 20 hectares de vignes en terres vaudoises, du côté de Saint-Saphorin en Lavaux (Dufaux Vins). Actuellement, il est à la tête d'une entreprise occupant 75 salariés, sans compter

la trentaine de vigneron qui livrent leur vendange en exclusivité à Giroud Vins. Surtout, il est désormais propriétaire de 45 hectares de vignes, indépendamment des locations portant sur 15 hectares. On estime à environ 20% du total des hectolitres de vins valaisans qui transitent dans ses installations. «Le business du vin se fait encore à la parole, comme pour les diamants», relève le vigneron entrepreneur. Il se dit le plus important vendeur de johannisberg issu du cépage sylvaner. Cet été, ses vins ont décroché trois fois l'or et cinq fois l'argent lors de la célèbre foire zurichoise Expovina.

ENTRE TRADITION ET TECHNOLOGIE

A la base de sa démarche d'écotourisme, on trouve un travail de diplôme réalisé par des étudiants de l'École hôtelière de Lausanne qui avaient réfléchi aux aménagements indispensables à la transformation d'un simple encavage en centre œnotouristique. Sur un même site, se trouvent une cave fonctionnelle, des chais, une œnothèque et quatre salles pouvant accueillir des mariages ou des séminaires. Ouverte tous les jours de 11 h à 20 h, l'œnothèque propose une carte avec 450 vins différents,

PHOTOS: SEDRIK NEMETH

dont 10% de vins valaisans. Le client peut y contempler les jeux d'éclairage (avec des Led) du chai à barriques visibles derrière un mur en verre. Il peut visionner un film sur la viticulture et visiter la cave avec des explications en français, allemand, anglais, italien, néerlandais, polonais et islandais! Les Caves Giroud Vins se sont dotées des dernières innovations en matière de gestion de températures et de suivi des fermentations. Ses installations comprennent des pressoirs pneumatiques doux permettant une macération de la vendange et des tapis à bande qui garantissent un décuve des rouges sans blessure de la pellicule du marc (afin d'éviter l'extraction d'astringence). Il admet s'être suréquipé par rapport à ses besoins actuels, «cela me permet d'assurer la qualité».

Dans ses vastes locaux, on découvre une enfilade d'espaces climatisés où se bonifient de l'aceto balsamico dans des fûts de chêne, un cellier de vieux millésimes et deux caves dédiées au fromage d'alpage. Pourquoi avoir investi dans ces espaces? «Avant, quand un bébé naissait dans le val d'Anniviers, les parents achetaient un tonneau et un fromage qui n'étaient dégustés qu'une fois cet enfant décédé, soit bien plus tard. Je souhaite que cette tradition se perpétue», justifie Dominique Giroud.

Très attachée aux traditions valaisannes, l'entreprise a toutefois été la première en Suisse à utiliser la technologie QR-Code. Couramment utilisé au Japon depuis plus

de cinq ans, ce système se compose d'un code-barres à deux dimensions qui permet d'accéder à un contenu numérique sur son mobile simplement en prenant en photo le code, après avoir téléchargé gratuitement l'application adéquate.

Autre option prise, le développement de la vente directe. «Cela donne la possibilité de mieux être informé sur ce que souhaitent les marchés et le consommateur final.» 70% des ventes de Giroud Vins se font dans le segment Horeca (hôtels, restaurants, cafés). «Il existe un grand axe de développement avec la vente aux privés», observe-t-il. D'où la création d'une ligne de magasins Wine Universe. Et son directeur général, Didier Baert, de relever «qu'il y avait une place à prendre».

La chaîne Wine Universe a été initiée en septembre 2007 avec la reprise de la surface du Caviar House dans la galerie CFF de l'aéroport international de Genève. «Le chiffre d'affaires progresse régulièrement.

MARKETING

Un engouement pour le sponsoring sportif

Giroud Vins a été le principal sponsor du FC Sion de 2003 à 2008, «une réussite totale d'un point de vue qualité-prix». «Cela nous a permis d'acquérir une notoriété solide dans le canton et en Suisse romande.» Pendant les saisons 2004-2005, puis 2005-2006, la PME a été aussi le sponsor principal du FC Lucerne, évoluant en Super League. De quoi se faire découvrir auprès de la clientèle alémanique, incontournable en Suisse. Il enchaîne en devenant partenaire de la Patrouille des Glaciers, l'occasion de promouvoir avantageusement de nouvelles créations, comme le Vent des Glaciers, une cuvée hors d'âge qui renferme un vin de plus d'un siècle: marsanne blanche, heida, humagne blanche,

rière qui a récolté une médaille d'argent aux Vinalies de Paris. Dans le hockey sur glace, Giroud Vins a signé en 2008 un premier contrat de deux ans entre sa marque de vins vaudois (Dufaux Vins) et le Lausanne HC et un second de deux ans également entre Wine Universe et ce même club pour la période 2010-2012. Tout récemment, elle a signé un accord de sponsor principal avec le Genève-Servette HC, pour un montant de 300 000 francs, à en croire la Tribune de Genève. En contrepartie, la clientèle des buvettes de la patinoire des Vernets pourra épancher sa soif avec Giroud Vins, qui n'a toutefois pas obtenu une exclusivité.



AMÉNAGEMENTS
Dominique Giroud a investi dans une cave et une œnothèque «savantes».

Nous y avons fait former le personnel par une œnologue.» En mars 2009, il ouvre un point de vente à Martigny. Deux mois plus tard, il enchaîne en plein centre de Lausanne (rue Pépinet). Puis à Singapour, où il a repris l'ancienne arcade occupée par Audemars Piguet. On y trouve pas moins de 500 références de vins. «Les Asiatiques apprécient beaucoup les produits suisses et sont très réceptifs aux spécialités valaisannes.» Le Valaisan y a aussi installé un restaurant «qui fonctionne bien». Lorsqu'en décembre dernier, la Cave du Palais de Justice (GE) se retrouve sur le marché, il emporte l'affaire. «Nous augmentons les ventes de 20% tous les mois.» Un 6^e magasin ouvre ses jours à Saingnégier, via un franchisé. «Je vise encore Berne, Zurich et Bâle. Mais il s'agit de stabiliser la chaîne, de se développer désormais à travers la franchise et de favoriser l'exportation», indique Carlo Reuland, directeur des magasins Wine Universe. Relevons que les vins Giroud s'exportent déjà en Angleterre, en Suède, en Hollande, en République tchèque, en Allemagne, en Belgique, en Islande, en Irlande, au Canada, à Singapour bien sûr, à Hongkong et en Chine. «Dès qu'un vigneron produit entre 50 000 et 100 000 bouteilles, il doit avoir une stratégie et sortir de sa cave», assène «l'enfant terrible» de la viticulture valaisanne. ■