

N°1649

16 JUILLET

2013

SPÉCIAL

ÉTÉ

# 7 OFFICIEL

ÉDITION DE LA GAZETTE ÉCONOMIQUE DE L'HÉRAULT

MAGAZINE D'INFORMATIONS ÉCONOMIQUES ET JURIDIQUES HABILITÉ À LA PUBLICATION DES ANNONCES LÉGALES

Toujours plus loin





*“J’étais viticulteur et vigneron, puis je suis, en plus, devenu négociant. Maintenant on a un hôtel, un restaurant, des artistes en résidence, on met en scène un festival...”*

Gérard Bertrand

Gérard Bertrand © Hélène sautereau

# GÉRARD BERTRAND

## L'ENTRETIEN

LA PROMOTION DE L'ART DE VIVRE MÉDITERRANÉEN, L'OENOTOURISME ACCOMPAGNE LE DÉVELOPPEMENT DU GROUPE GÉRARD BERTRAND DEPUIS 10 ANS. LE CHÂTEAU L'HOSPITALET, AU COEUR DU MASSIF DE LA CLAPE, PRÈS DE NARBONNE, LUI EST ENTIÈREMENT DÉDIÉ. SON FESTIVAL DE JAZZ EST DEVENU UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE. AVEC UN BUDGET DE 700 000 EUROS, LE PLATEAU DE STARS INTERNATIONALES ET FRANÇAISES N'A RIEN À ENVIER AUX PLUS GRANDS FESTIVALS DE L'ÉTÉ.

**C'est le 10<sup>e</sup> anniversaire du festival de Jazz du Château l'Hospitalet? Pourquoi le Jazz ?**

Pour moi le jazz est à la musique ce que le terroir est au vin. C'est une musique qui vient de l'âme, qui a une grande palette, beaucoup de formes différentes. C'est de l'expression libre comme le vin avec ses différents terroirs, ses différents goûts. Je ne suis pas musicien, mais le jazz me parle.

**Le succès a-t-il été tout de suite au rendez-vous ?**

La première année, en 2004, on a reçu 30 personnes, c'était une catastrophe. Avec ma femme on s'est dit «l'an prochain il faut qu'on améliore un peu le plateau !» Pendant 3 ans on a balbutié, on a pris nos marques, on est passé d'un plateau inconnu à des stars nationales et internationales et depuis 4 ans le succès est extraordinaire. Durant 4 jours on reçoit à peu près 7 à 8 000 personnes, on sert 5 000 diners dans le parc, c'est plein tout le temps. C'est devenu un petit peu l'endroit où il faut être début août.

**Vous vous impliquez dans la programmation ?**

Oui, vraiment, car ça me change de mon métier de base. Je travaille avec Dominique Rieu qui a créé et dirige le prestigieux Big Band Brass. Il me présente un maximum d'artistes disponibles, des artistes qui vont donner du sens à ce que l'ont fait. On ne se contente jamais d'une évidence, on veut apporter quelque chose de plus, être à la fois innovant et un peu décalé. Et puis on cherche aussi à donner du rythme au festival pour avoir différents plaisirs. Il y a toujours au moins une soirée de jazz américain puisque c'est le berceau de cette musique (cette année il y en a 2, Billy Paul et Kool & the Gang), une soirée plus «variété» (Julien Clerc, au piano, le 1er août), et un grand classique de jazz français. Cette année, Michel Jonasz chantera avec le Coll Orchestra.

**J'imagine que les artistes doivent être surpris par le cadre de ces concerts ?**

Au début, certains ne voulaient pas venir.. Maintenant il y en a même plusieurs qui veulent revenir ! C'est dire que c'est une expérience artistique particulière pour eux. C'est la première fois qu'ils jouent au milieu des vignes, dans la cour d'un domaine viticole.

Ils vivent là une vraie rencontre musicale et sonore puisqu'on a la chance d'avoir cette grande façade de l'ancienne cave, qui est devenue l'hôtel, qui renvoie le son en créant une très bonne acoustique.

**Vous avez vécu des moments forts depuis 10 ans.... Un souvenir particulier ?**

La première venue de Yuri Buenaventura. Il a tout compris au caractère de notre démarche, en particulier notre approche du vin. Il s'est imprégné de tous les messages écrits sur les étiquettes, les contre-étiquettes, la différence entre les parcelles... Il était en osmose totale avec la magie du lieu, en communion avec le public et il a raconté l'histoire du vin comme si moi j'étais sur scène. Avec ce concert, tout a pris une nouvelle dimension et ça nous a conforté. Le sens que l'on voulait donner était compris.

**Vous êtes un vigneron, un homme d'affaire, un mécène... Vous vous y retrouvez dans tout ça ?**

Je suis en vie et je rends grâce à Dieu tous les matins de me permettre de faire ce que j'aime faire. C'est un peu un rêve éveillé même si c'est fatigant, s'il faut toujours se remettre en question. J'étais viticulteur et vigneron, puis je suis, en plus, devenu négociant. Maintenant on a un hôtel, un restaurant, des artistes en résidence, on met en scène un festival... On est devenu marchand de rêve. Ce sont des métiers différents qui permettent de toucher à tous les sens pour approcher le plaisir, et dans notre hiérarchie ce qu'on garantit d'abord aux gens c'est le plaisir. Ça rejoint notre approche du vin ; d'abord le plaisir puis pour les vins un peu au-dessus, le goût, ensuite avec l'excellence on va jusqu'à l'émotion et au-delà le message. Donc on essaie d'être en phase dans toutes nos activités.

**L'acquisition du Château l'Hospitalet a été une étape importante de votre développement?**

J'ai racheté l'Hospitalet en 2002 à Jacques Ribourel qui avait fait un travail formidable au niveau de la géographie du lieu. Quand on observe le domaine depuis le haut du massif de la Clape on voit qu'il a été bien pensé. La nouvelle étape était de lui redonner une dynamique et de le dédier à l'Art de vivre. Ça s'est imposé à moi dès que je suis arrivé ici.

Quelle est la définition pour vous de cet Art de vivre Méditerranéen ?

Pour moi, c'est faire le lien entre le vin, la gastronomie, la culture de la région, la musique, les arts, la peinture en particulier. Notre mission principale, c'est de faire découvrir dans le monde cet art de vivre du sud de la France et de créer «la catégorie» parce qu'il y a beaucoup de pays où les gens ne nous connaissent pas. Aujourd'hui, on boit du vin dans le monde entier ce qui n'était pas le cas il y a encore 20 ans.

*“ Pour moi gagner de l'argent n'est pas un but, c'est une finalité. Tout l'argent que l'entreprise peut gagner est réinvesti pour attaquer de nouveaux projets. C'est une aventure humaine. ”*

Ces nouveaux consommateurs sont souvent très éloignés de notre culture, notamment de notre approche de la dégustation...

Ce n'est pas grave. Le vin est devenu une boisson, comme disent les anglais «a beverage». Si 5 % des gens connaissent la culture du vin et le considèrent comme un produit culturel, pour les autres, les 95%, c'est une boisson. Il faut l'accepter. D'où l'avènement des vins de cépages. Le chardonnay c'est un goût, le pinot c'est un goût. Mais les gens qui commencent par un vin de cépage passent ensuite aux grands vins et aux vins d'expressions. Donc c'est tout un parcours que nous accompagnons car notre avantage est de pouvoir répondre aux différents besoins. Vous, moi, n'avons pas envie de boire le même vin en fonction du moment, du lieu, des amis avec qui on le partage. On va ouvrir une grande bouteille si on est avec des connaisseurs. Si on fait un barbecue ou une sardinade on va boire un verre de rosé, un cépage ou un blanc de la Clape.

Le développement de la marque «Gérard Bertrand» répond-elle au besoin de visibilité, notamment à l'export, par rapport à la multitude d'AOC, de cépages... ?

Disons que «Gérard Bertrand» est une signature. On peut parler de «marque» dans certains pays mais c'est avant tout une caution qualitative. Avoir autant d'appellations en France est une richesse. L'AOC, dans notre région, c'est toujours un assemblage donc c'est un art, une obligation d'excellence, un challenge. L'AOC ne doit exister qu'à un certain niveau de prix et de qualité, en-dessous ça doit être le cépage parce qu'il est plus facile d'accès. On vend du Corbière de Boutenac, du Minervois La Livinière, beaucoup des grands crus de notre région. Les 15 ou 16 millions de bouteilles signées «Gérard Bertrand» que l'on vend dans le monde portent nos terroirs, la plupart avec l'indication «Narbonne 11100». On est des ambassadeurs de notre ville, du Languedoc, du Roussillon avec notamment les vins de Tautavel.

Vous vous sentez prophète dans votre pays ?

Oh! je n'en sais rien. Ceux qui nous aiment tant mieux, ceux qui ne nous aiment pas, c'est dommage. C'est comme ça. Je dis toujours que nous sommes en mission. Il y a des pays où on ouvre de nouvelles voies ce qui permet à mes confrères qui n'ont pas la même taille ou les mêmes possibilités, d'y accéder, car une fois la «catégorie» créée, les restaurants, les cavistes ont besoin d'avoir plusieurs marques. Il leur en faut 5 puis 10.. Alors oui on ouvre pas mal de portes.

On parle de votre réussite, mais avez vous fait parfois des choix que vous regrettez ?

Non, je ne vis pas avec des regrets. La seule chose que je regrette ce sont les gens qui ne sont plus là. Mon père, 2 ou 3 amis... On aurait tellement envie encore de partager. Alors on communique de manière différente, pour ceux qui ont la foi, ce qui est mon cas.

Vous pensez encore au petit garçon de 10 ans qui vendangeait avec son père? Vous vous retournez de temps en temps pour voir le chemin parcouru ?

Je me retourne, oui, parce qu'on reste tous des enfants au fond de nous, que l'enfance nous a formaté et fait ce que nous sommes aujourd'hui. Surtout, je ne me sens propriétaire de rien. Le seul propriétaire est là-haut et nous ne sommes là que pour un certain temps à gérer les choses. Ça permet de garder une certaine relativité et de se mettre moins de pression aussi. Alors le chemin parcouru, les chiffres ne sont que les conséquences du développement. Ce n'est pas le plus important.

Pour moi gagner de l'argent n'est pas un but, c'est une finalité. Tout l'argent que l'entreprise peut gagner est réinvesti pour attaquer de nouveaux projets. C'est une aventure humaine.

Votre passé de rugbyman inspire-t-elle votre façon de diriger votre groupe ?

Complètement! Aujourd'hui je gère une équipe de 200 personnes. Il faut développer l'esprit d'équipe, être attentif aux autres, ne pas se mettre hors jeu par rapport à ce collectif. La première valeur que l'on met en avant dans notre recrutement c'est l'attitude. On peut améliorer ses connaissances mais si on n'a pas une bonne attitude on ne la changera pas. Pour moi, c'est fondamental.

Vos projets d'avenir?

On va finaliser la construction de notre nouvelle cave vinicole, un investissement de 10M€, non loin du Château l'Hospitalet, que l'on inaugurera pour le salon Vinisud en février 2014. On avait besoin de cet outil technique pour répondre à notre ambition d'être présent dans tous les pays où l'on boit du vin. Mais vendre du vin ce n'est pas le plus compliqué. Ce qui est important c'est de promouvoir, par notre signature, notre Art de vivre méditerranéen, garantir l'excellence, la qualité de nos vins, rendre les consommateurs satisfaits et heureux, leur procurer des émotions. On produit du vin dans la région depuis avant les romains, il y a 2 500 ans, mais on en fait la promotion que depuis 25 ou 30 ans. On est en train d'écrire une page d'histoire, on n'a pas envie de s'arrêter.

✓ Philippe Kern



Kool and the Gang © DR



Billy Paul © DR



Julien Clerc © DR

## FESTIVAL DE JAZZ À L'HOSPITALET

**Mercredi 31 juillet**

**BILLY PAUL**

Cave à Jazz \* : Julie Jersey Band

**Jeudi 1 août**

**JULIEN CLERC - PIANISTIC**

Cave à Jazz : Conjunto Jaleo Salsa

**Vendredi 2 août**

**KOOL & THE GANG**

Cave à Jazz : Wheels et Billy Arnold

**Samedi 3 août**

**MICHEL JONASZ & LE COLL ORCHESTRA**

Cave à Jazz : Mathieu Boré

*\* Pour terminer chaque soirée dans une ambiance cosy et chaleureuse, les caves à Jazz vous offrent un concert intimiste pendant lequel les groupes interpréteront les plus grands standards du Jazz.*



FESTIVAL DE JAZZ EN VIDÉO



Gérard Bertrand   DR

# L'ÉPOPÉE GÉRARD BERTRAND

AVEC UN CHIFFRE D'AFFAIRES ESTIMÉ À 45 MILLIONS D'EUROS ET UNE PROGRESSION EXPONENTIELLE À L'INTERNATIONAL, GÉRARD BERTRAND EST DEvenu LE HÉRAUT DES VINS DU SUD. PRÉSENT SUR TOUS LES GRANDS TERROIRS DU LANGUEDOC ROUSSILLON, IL VEUT CONJUGUER EXCELLENCE, RÉUSSITE ÉCONOMIQUE ET PROMOTION DE L'ART DE VIVRE MÉDITERRANÉEN. PARTI À LA CONQUÊTE DU MONDE, IL PUISE SON ÉNERGIE, COMME SES VIGNES, DANS DES RACINES PROFONDES.

« Être né quelque part » donne parfois les clefs d'un destin. Celui de Gérard Bertrand, 48 ans, tient beaucoup au terroir qui l'a vu venir au monde. Dans les années 70 à Narbonne, les enfants ratent souvent la rentrée des classes de septembre pour aider aux vendanges et s'enflamment le samedi aux exploits du Racing club Narbonnais.

Le rugby sera donc sa première passion. Gérard Bertrand, physique de 3<sup>e</sup> ligne, fait une carrière des plus honorables. 3 challenges Yves du Manoir avec Narbonne puis capitaine du Stade Français sous l'ère du président Max Guazzini, il range ses crampons à 29 ans. Mais plus que le Rugby, un autre bonheur est inscrit dans ses gènes: «crapahuter» dans les vignes.

Il a 10 ans. Le temps des premières vendanges avec son père Georges, arbitre de rugby et vigneron, propriétaire du château Villemajou dans les Corbières, sur le terroir de Boutenac. Georges restructure alors le vignoble en opposition à la politique de rendement poussée à l'extrême qui colle à l'image de la région. Précurseur reconnu en matière de vinification et d'assemblage, il croit en l'excellence des vins du Languedoc et initiera très tôt son fils à la dégustation. Mais ce visionnaire décède brutalement en 1987 à la fin des vendanges.

A 22 ans, Gérard Bertrand va relever les défis portés par son père: hisser la réputation d'une des plus grandes régions viticoles du monde au niveau du Bordelais ou de la Bourgogne.

« L'histoire du bordeaux s'est écrite dès 1850, celle du bourgogne depuis le XI<sup>e</sup> siècle. Celle du Languedoc reste à écrire ! » aime t-il rappeler. Une histoire dont il veut être l'un des héros et qu'il va contribuer à écrire d'une plume solide et énergique, à la manière d'un «cadrage-débordement». Car le rugby lui a forgé un esprit compétiteur qui va marquer la conduite de ses affaires. En un peu plus de 20 ans, il rachète 7 domaines sur les meilleurs terroirs de la région et passe de 60 à 470 hectares de vignes avec 25 cépages différents, de 200 000 à 15 millions de bouteilles, de 6 à 200 salariés avec près de 75 pays à l'export. Propriétaire mais aussi négociant et partenaire d'une quarantaine de vigneronns en cave particulière et d'une dizaine de caves coopératives.

Des chiffres à donner le tournis et une ambition assumée: conquérir le monde en portant haut l'étendard de l'excellence du vignoble du Languedoc Roussillon.

Affairisme, folie des grandeurs ? Les mauvaises langues aimeraient caricaturer le «businessman-vigneron». Mais difficile de faire un procès en opportunisme à l'enfant du pays. Contrairement à certains investisseurs «hors-sol», il tire toute sa légitimité de ses racines vigneronnes et d'un professionnalisme qui force l'admiration. Ainsi, il s'attache à maîtriser toutes les étapes de la production à la distribution. Savoir-faire et faire-savoir. Il sait devoir s'adapter à un marché du vin en pleine recomposition.

*“ Contrairement à certains investisseurs «hors-sol», Gérard Bertrand tire toute sa légitimité de ses racines vigneronnes et d'un professionnalisme qui force l'admiration. ”*

Déjà depuis 1960, la consommation, par tête, en France, ne cesse de chuter passant de 126 litres(!) à 52 litres par an. Selon une étude réalisée par l'IWSR (International Wine and Spirit Research) pour Vinexpo, le Salon international du vin qui vient de se dérouler à Bordeaux, le recul est encore de 7,13 % pour les quatre dernières années.

Parallèlement deux locomotives assurent une vraie dynamique mondiale. Les États Unis (+12 % attendus jusqu'en 2016) et bien sûr la Chine (avec +40 % prévus pour la même période). Désormais on boit du vin partout dans le monde. Mais comment

exister sur un marché où les subtilités des terroirs français sont peu accessibles au consommateur de Miami, Tokyo ou Shanghai ? Alors que peu de Français placent convenablement les Corbières ou le Minervois sur une carte, imaginez un japonais ou un américain ! Il crée en 1992 la société de négoce chargée de commercialiser sa marque fédératrice «Gérard-Bertrand», qu'il veut être une caution qualitative.

*“ La preuve pour lui que les vins «sud de France» dont il se veut l'ambassadeur jouent maintenant sans complexe dans la cour des grands. ”*

Une marque éponyme au pays des AOC (370 appellations d'origine contrôlée), VDQS (vins délimités de qualité supérieure), et autres VDP (vins de pays) !

Stratégie astucieuse ou péché d'orgueil ? Sa réussite a tranché. Avec un art consommé du marketing (design de bouteilles, simplification des étiquettes), ses 15 millions de bouteilles produites occupent tous les créneaux, de l'entrée de gamme à l'excellence.

Présent aux 4 coins du monde, des dégustations sont organisées à New York Miami, ou Tokyo..

Le risque serait de perdre son âme au vu des quantités brassées, de diluer, de dénaturer les caractéristiques de nos terroirs en voulant répondre aux diktats d'un goût mondialisé. Une fois de plus la réponse tient sans doute dans l'attachement que Gérard Bertrand porte aux valeurs transmises par son père.

Chaque Domaine s'appuie sur son histoire, sur son terroir : récolte manuelle, rendements faibles, diversité des cépages. S'il est devenu un businessman accompli, il reste avant tout un passionné, qualifié par ses collaborateurs de véritable «artiste de l'assemblage». Avec une dizaine de techniciens et d'œnologues, il travaille sans cesse à l'amélioration de la qualité.

Le résultat est là. Les récompenses pleuvent chaque année. Ses cuvées haut de gamme sont couronnées par la critique en France. Ses vins sont à la carte des plus grands restaurants, chez Alain Ducasse (Tokyo), au Plaza Athénée, ainsi qu'à Matignon ou à l'Assemblée nationale. Sa reconnaissance internationale est même consacrée depuis qu'il a été élu «meilleure cave européenne 2012» par le magazine «Wine Enthusiast», l'un des 2 magazines sur le vin les plus influents au monde avec le «Wine Spectator». Le prestigieux «Red Wine Maker Of The Year» a même couronné l'ensemble de sa gamme de rouge lors de sa 29<sup>ème</sup> édition en septembre. C'est la première fois que ce prix est attribué à un vigneron du Languedoc Roussillon.

La preuve pour lui que les vins «sud de France» dont il se veut l'ambassadeur jouent maintenant sans complexe dans la cour des



Domaine de l'Hospitalet © DR



Massif de la Clape entre Narbonne et le mer © DR

grands. Et c'est encore par fidélité aux ambitions de son père qu'il ne manque jamais d'associer le potentiel de la région toute entière à sa réussite. Une région qu'il défend en lui accolant un «Art de vivre méditerranéen» qu'il porte sur toutes les latitudes. Le vin, la gastronomie, la peinture, la sculpture, et des valeurs de fraternité, de collectif qu'il a côtoyées sur les terrains de rugby de sa jeunesse. «Mon père avait bien résumé les choses. Comme au rugby, un vin, c'est 1 001 détails. Seul, on n'est rien». Aime-t-il rappeler.

L'expression de cette philosophie de vie, cet amour du Languedoc, Gérard Bertrand lui a trouvé un théâtre d'exception : le Château L'Hospitalet. En 2002, il s'offre ce domaine sur l'un des plus beaux terroirs de la région, le massif de la Clape, entre Narbonne et la mer. Les romains y cultivaient déjà la vigne quand le massif était encore une île. C'est aujourd'hui le navire amiral, le siège social de la société, mais aussi le lieu d'expression de cet «Art de vivre méditerranéen» qui lui est cher.

Un véritable hameau dédié à l'œnotourisme : Hôtel de charme, restaurant, caveau de dégustation bien sûr, mais aussi des artistes en résidence, des expositions d'art contemporains ou de design, des soirées concerts tout au long de l'année. En point d'orgue, le festival de jazz chaque été, véritable institution qui fête ses 10 ans en Août. Maceo Parker, Rhoda Scott, Michel Legrand, Véronique Sanson, Earth wind & Fire, entre autres, s'y sont croisés.

Du bon vin, de la musique, l'art, la culture, des gloires du rugby ou des «amis VIP» qui passent discrètement se ressourcer au domaine, la reconnaissance de ses pairs... des lauriers sur lesquels il serait presque légitime de se reposer parfois. C'est mal connaître

ce battant qui ne laisse pas «filer le match» avant le coup de sifflet final et ne renonce jamais à son footing quotidien. Toujours porté par ses convictions et son sens de l'innovation, il se veut aux avant-postes d'une viticulture respectant l'environnement. Engagé dans la culture bio-dynamique sur 170 hectares, il vient de mettre au point, après 3 ans de recherches, la gamme «Naturae» sans soufre et sans additif avec date limite de consommation de 18 mois. Un quart de sa production est déjà labellisé BIO.

Demain c'est un investissement d'importance (10M€) qui va sortir de terre, non loin du château l'Hospitalet, aux portes du massif de la Clape. Un chai et une cave de vinification de 1 500 m<sup>2</sup> vont voir le jour pour faire face à son développement exponentiel. Si tout le monde s'accorde sur la chance de voir cet investissement se réaliser dans le narbonnais, certains auraient voulu le confiner dans une zone industrielle périphérique par crainte d'une dénaturisation du paysage. «J'ai choisi le meilleur architecte en la matière, le Suisse Jean-Frédéric Luschère. Son projet est très esthétique, très abouti, très design. Il s'inscrit dans les courbes du territoire et sera valorisant pour les vins d'ici. J'ai le soutien de la Ville de Narbonne, de la Région et des pouvoirs publics » réplique-t-il. (source Midi Libre)

Le marasme économique actuel déprime souvent marchés et investisseurs mais ne semble pas atteindre le groupe. L'objectif des 10 prochaines années est d'être présent partout où l'on boit du vin dans le monde. Et s'il déclare ne pas porter attention à l'insolence des chiffres marquant sa réussite, il y en a un, plus humain, qu'il garde à l'esprit. Chaque hiver, 15 millions de gestes de tailles traditionnels se répètent sur les 1,5 millions de souches de l'empire Gérard Bertrand.

✓ Philippe Kern