

7 OFFICIEL

MAGAZINE D'INFORMATION ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE HABILITÉ À LA PUBLICATION DES ANNONCES LÉGALES



TRADITION ASSUMÉE



7 OFFICIEL - 1,50 EUROS

KARL O'HANLON ET LAURENT BONFILS

Souvent en économie, comme en politique d'ailleurs, la réussite ou la mise en place de synergies performantes tient souvent à la prise de risque, à la capacité d'investissement et à l'esprit pionnier des entrepreneurs. Un élément déterminant vient souvent s'ajouter: la qualité du lien, des relations humaines tissées entre associés. C'est bien tout cela qui réunit Karl O'Hanlon et Laurent Bonfils. Deux hommes ancrés ans leur territoire qui ont su réunir leurs atouts pour devenir les ambassadeurs d'un pays, d'une histoire et surtout d'une tradition assurée.

L'histoire prend parfois des chemins bien sinueux pour faire se rencontrer des destins, des tempéraments apparemment si différents que seuls des scénaristes ou des romanciers peuvent imaginer. Mais c'est sur la terre d'Oc que ces deux hommes ont scellé leur amitié et leurs affaires. Karl O'Hanlon a le contact chaleureux de nos cousins celtes avec ce pittoresque accent chantant dans son français impeccable. Laurent Bonfils a le regard bleu et clair qui appelle l'amitié et la voix aux accents de la terre qui a porté ses premiers pas.

C'est en tout cas une formule à la "Barbarians" qui les a réunis. Châteaux, Domaines, vignobles, terroirs, accueil, confort, authenticité, mondialisation, ne cherchez pas l'intrus... il n'y en a pas. C'est une vraie vision de leur stratégie de développement qui a conduit, en octobre 2012, la famille Bonfils à s'associer à 50/50 dans Domaine & Demeure, la société créée par Karl O'Hanlon.

50/50..? Pour forcer au compromis, parce que le ressort amical de leur association n'en cache pas moins une démarche pragmatique et rigoureuse de mener leurs affaires.

Karl O'Hanlon avait déjà acquis et transformé le château des Carrasses quand il a rencontré Laurent et la famille Bonfils, les propriétaires du vignoble.

L'évidence s'impose. L'un veut révéler au monde le pays qu'il s'est choisi pour expérimenter sa vision d'un tourisme haut de gamme, mais sans ostentation, luxueux par le cadre, le confort, l'accueil et le service qu'il propose.

L'autre veut révéler, à l'échelle de la planète, son terroir, le sang de sa terre, ses vins aux caractères trempés, issus des 22 domaines et châteaux que sa famille a acquis depuis une quinzaine d'années.

Pour Laurent Bonfils, ce pari sur l'authenticité d'un territoire, une tradition assumée, une histoire 2 fois millénaires, doit être le point de démarcation du vignoble Languedocien.

Partout dans le monde, les progrès de la vinification sont constants, partout la qualité ne cesse de progresser. Mais toutes ces régions émergentes ou reconnues, n'ont pas une diversité de terroirs, une histoire aussi riche que ce Languedoc-Roussillon idéalement placé sur cet arc historique qu'est la Méditerranée.

Leur désir d'incarner cette spécificité a conduit tout d'abord la famille Bonfils à acquérir une constellation de domaines, 22 au total. Récemment c'est dans le minervois où ils étaient déjà présents avec le château Millegrand, qu'ils ont mis en place un partenariat d'exploitation et de commercialisation avec le château Villerambert pour compléter leur offre à destination du circuit traditionnel. Ces 100 hectares en AOC, sur un terroir singulier se situent à proximité des fameuses carrières au marbre rouge qui orne le château de Versailles (et bientôt «l'étage français» de la Kingdom Tower, le plus haut building du monde (1 km de haut) en Arabie Saoudite).

Leur bataille d'image, de notoriété, les vignobles Bonfils ont donc choisi de la mener en s'associant avec Karl O'Hanlon. En entrant dans le capital de «Domaine & Demeure», ils s'appuient sur son savoir-faire dans la rénovation des Châteaux viticoles et le tourisme haut de gamme, à l'instar du «Château Les Carrasses» à Quarante, devenu leur modèle de transformation. Si les 22 propriétés Bonfils n'ont pas vocation à se métamorphoser en site oenotouristique, plusieurs projets sont déjà lancés pour les prochaines années.

«Château Saint-Pierre de Serjac» à Puissalicon est le premier sur la liste. Devrait ensuite voir le jour, le charmant «Château Capitoul» dans le magnifique massif de la Clape à Narbonne.

Comme au «Château Les Carrasses», le principe est de proposer à la vente, autour du Château, des parties privatives très confortables et luxueuses qui sont ensuite louées en l'absence de leur propriétaire. La partie commune, le château, le caveau, les dépendances deviennent des lieux de vie et de partage avec restaurant, bar cosy, où s'organisent vernissages, afterwork, réunions. La formule rencontre un vrai succès et les prochaines réalisations sont pour la plupart déjà réservées.

Toutes ces réalisations sont synonymes d'emplois et le recrutement se fait pour l'essentiel à proximité des sites. A «Saint Pierre de Serjac», c'est environ 30 personnes qui à terme seraient embauchées à l'année, sans compter les variations saisonnières.

A l'horizon 2017, Laurent Bonfils et Karl O'Hanlon visent une capacité d'accueil «haut de gamme» de plus de 500 lits.

Laurent Bonfils, quand on évoque les « vignobles Bonfils », très vite on ne peut s'empêcher de préciser... « de la famille Bonfils »... Une vraie dynastie ?

Mon arrière-arrière-grand-mère, Honorine, a planté ses premières vignes en Algérie en 1870. Elle était née là-bas, descendante des Communards qu'on avait obligé à s'exiler vers 1830. Depuis, c'est toute une lignée jusqu'à mon grand père, mon père, moi et mes frères, qui sont nés « dans » et par la vigne. Les cycles du vignoble, sa culture, rythment nos vies. Ni moi, ni mes frères n'avons travaillé pour autre chose ou pour quelqu'un d'autre. Ce n'était pas une obligation, on ne s'est jamais posé la question, c'était tout à fait naturel pour nous. Mon fils vient de passer près d'une année en Chine, chez des clients, pour étudier avec le programme Erasmus, et il n'aurait raté Vinisud pour rien au monde.

« La famille Bonfils, c'est une constellation de 22 Domaines et Châteaux qui ont tous un fort caractère, une âme propre. On est les seuls à pouvoir présenter ça. »

Pourtant au début des années 60, lorsque vos parents ont dû quitter l'Algérie pour la métropole, il a fallu tout recommencer à zéro. Vous êtes né peu après, vous en avez des souvenirs ?

Mon père et ma mère avaient 20 ans et 18 ans quand ils sont arrivés à Béziers. Ils ont été accueillis et hébergés par un émigré espagnol qui avait 10 hectares de vignes en fermage. Quand il a voulu réaliser son rêve, faire le tour du monde en bateau, il a décidé de les leur donner. Tout est parti de là. Pendant toute mon enfance, j'ai vu mon père travailler dur, même le samedi et le dimanche.

Comment la famille s'organise pour gérer l'entreprise ?

On a chacun nos secteurs. Mon père et mes frères s'occupent surtout de la partie exploitation agricole, moi de la gestion, du développement, et nous prenons les grandes décisions de manière collégiale.

Vous me décrivez un monde merveilleux. Il n'y a jamais de frictions ?

Non, vraiment non. Des erreurs, tout le monde peut en faire. Moi j'en ai fait sûrement, eux aussi peut-être, mais comment en vouloir à quelqu'un qui travaille tous les jours avec passion. On sait prendre du recul parce que chacun donne toujours le meilleur de lui-même.

Comment vous inscrivez-vous dans l'histoire du vignoble Languedocien ?

Dans les années 80, c'était l'effondrement du marché de négoce. On a alors commencé à planter des cépages améliorateurs, à réaliser la cartographie des zones d'appellation. La région a formé ses propres oenologues, on a appris à vinifier. On a su s'adapter sous peine de disparaître. Aujourd'hui, une nouvelle histoire s'écrit.

Pour continuer à exister, il faut atteindre une taille critique, fédérer un grand nombre de domaines et de châteaux pour aller chercher de nouveaux marchés. Mais une fois sur ces marchés, il faut faire la différence entre nous et les vins du Chili, d'Argentine, d'Espagne, d'Italie...

Alors justement, qu'est-ce qui peut faire cette différence ?

Nous avons le terroir qui a la plus grande diversité au monde. C'est une richesse extraordinaire, idéalement positionnée autour de la Méditerranée. Ce qui fait aussi notre force, c'est que nous sommes des vigneron, pas des industriels. Notre approche est sans rapport avec les gigantesques zones de cultures, uniformes, en Argentine, en Espagne, là où seule l'altitude peut varier, et encore. Je pense que nous sommes vraiment l'avenir.

Peut-il y avoir une stratégie commune aux 3 ou 4 grands indépendants de la région pour attaquer ce marché mondial ?

Déjà, il faut avoir conscience des chiffres. Si on réunissait les plus gros indépendants de la région, on n'atteindrait même pas la taille de la plus grande exploitation espagnole. Nous sommes infiniment petits. Alors, quelle est la bonne stratégie ? Nous, nous poursuivons celle de notre naissance. Nous sommes vigneron, viticulteurs. On ne peut pas avoir une stratégie de négoce ou de marque. La famille Bonfils, c'est une constellation de 22 Domaines et Châteaux qui ont tous un fort caractère, une âme propre. On est les seuls à pouvoir présenter ça. C'est pour cela qu'il faut bien montrer ce qu'on est et pas ce que l'on voudrait qu'on soit. Le monde qui vient sera un monde de vérité, d'authenticité. On peut toujours s'offrir de grosses campagnes de communication, mais nous, nous préférons faire venir les gens chez nous. On les accueille, et on leur dit : « regardez qui nous sommes, goûtez nos vins ». Faire venir les gens pour qu'ils puissent parler de nous en connaissance de cause, c'est toute la cohérence de notre association avec Karl O'Hanlon dans « Domaine & Demeure ».

Que vous a apporté votre implication dans « Domaine & Demeure » que vous n'aviez pas ?

Déjà une vision internationale, une ambition oenotouristique qui dépassait celle que j'aurais pu avoir. Je savais que l'oenotourisme allait prendre une dimension importante et qu'on devrait s'y lancer nous aussi. J'ai eu la chance de pouvoir voyager et de comprendre comment certains vignobles, comme la Toscane ou la Napa Valley, sont sortis de l'anonymat et comment leurs vins se sont retrouvés sur de grandes tables. Dans toutes ces régions là, on a su aller chercher les gens et les accueillir dans des sites somptueux.

L'oenotourisme est déjà beaucoup pratiqué. Des chambres d'hôtes, des dégustations, des parcours sont organisés dans beaucoup de châteaux et domaines... Quelle est l'originalité de votre approche ?

Bien sûr, il y a une conception classique, et c'est très bien, qui consiste à arrêter une clientèle de passage. Nous allons plus loin. Nous avons remarqué, avec Karl, que les types de clubs, d'associations, que l'on rencontre le plus fréquemment, dans le monde entier, sont des clubs d'Oenophilie. Que ce soit aux USA, au Canada, au Brésil, en Russie... On a voulu aller chercher ces gens-là, les faire venir dans nos vignobles, leur faire découvrir nos terroirs, notre savoir faire, et en faire nos ambassadeurs. A partir de là, ils aiment ou ils n'aiment pas, mais ils savent de quoi ils parlent. Comme on sait

pertinemment la richesse de nos terroirs et la qualité de nos bouteilles, ils deviennent très vite bien plus que des ambassadeurs ! Nos atouts sont immenses, il n'y a pas une autre région dans le monde que j'envie ! Il faut donc créer des lieux d'accueil à la hauteur de cette ambition, comme le château des Carasses à Capestang ou prochainement celui de St Pierre de Serjac, à Puissalicon. Cela demande des sommes considérables, un risque énorme qu'il faut assumer quasiment sans filet. Mais d'ici 10 ans, nous aurons fait un grand pas.

Justement, aujourd'hui vous possédez 22 Domaines ou Châteaux, vous pensez encore grandir ?

Nous sommes arrivés à un palier. On a une « Winery » au domaine de la Motte à Narbonne, une usine d'embouteillage à Mèze. Nous allons démarrer, avec Karl O'Hanlon, la transformation du domaine de Saint-Pierre de Serjac à Puissalicon. Nous avons à l'étude un projet avec le château Capitoul dans la Clape, à Narbonne. Il est important pour nous, maintenant, de se consacrer à une certaine pérennisation. Il faut savoir respecter certaines étapes. Avec Karl, pour « Domaine & Demeure », nous avons la même philosophie, la même vision de la gestion et des valeurs humaines. Nous voulons continuer à maîtriser l'excellence de nos réalisations, la qualité du service, l'attention aux clients, qui forment le cœur de notre identité. Plus qu'un associé, Karl est maintenant un ami. Un véritable équipier, quelqu'un sur qui on peut compter à tout moment, et pour qui l'argent n'est pas une fin en soi. La rentabilité, oui, et c'est un financier extrêmement rigoureux, mais l'argent n'est que le carburant pour réussir nos projets.

Votre métier a finalement beaucoup évolué depuis une dizaine d'années. Vous conservez toujours la même passion ?

Nous avons une activité vraiment particulière par rapport au monde actuel. Un peu comme les marins pêcheurs par exemple. Il y a des années difficiles, il peut y avoir de mauvaises récoltes. Pourtant, l'activité agricole n'est toujours pas reconnue au niveau des institutions financières. Nous sommes soumis aux mêmes règles que l'industrie. Elles ne tiennent pas compte des aléas du climat, des spécificités du secteur. Alors parfois, cela peut être très dur, mais c'est un métier extraordinaire. On plante un petit bâton, qu'on a pris d'une souche, on pompe la sève de la terre, on fait des raisins, puis du vin et on va ainsi jusqu'à la bouteille, jusqu'au client final, parfois au bout du monde. On est alors responsable de son plaisir, de sa satisfaction. On tient toute la chaîne. C'est vraiment un métier unique au monde. D'ailleurs on a engagé un « ingénieur agro » qui nous permet de bien tracer ce circuit de la souche jusqu'à la bouteille.

Quel est votre moteur ?

Pouvoir transmettre les fruits de mon travail. Certainement qu'aujourd'hui je travaille pour mes enfants, être avec eux, partager ces bonheurs. Il y

a mes enfants de sang mais aussi « mes enfants » de cœur, tous ces collaborateurs qui m'entourent. L'esprit de famille déborde sur tous **les gens qui travaillent ici avec passion. Nous sommes et nous restons une entreprise familiale. Mon bureau est toujours ouvert. Je ne cherche pas un rapport d'autorité basé sur une hiérarchie abusive. Il y a très peu de turn-over. La majorité de ceux qui étaient au début de l'aventure sont toujours là. Même lorsque nous rachetons des domaines, nous gardons les anciens avec nous.**

“ Plus qu'un associé, Karl est maintenant un ami. Un véritable équipier, quelqu'un sur qui on peut compter à tout moment... ”



Karl O'Hanlon et Laurent Bouffils © DR

Karl O'Hanlon, comment avez-vous découvert le Languedoc-Roussillon ?

Ma famille a une longue histoire avec le Languedoc. Nous sommes Irlandais, originaires de Dublin. Mon père était professeur de théâtre et, par passion, journaliste viticole. En venant au festival d'Avignon, il s'est promené jusqu'en Languedoc et ce fut un coup de foudre. C'est devenu l'ami des pionniers du renouveau qualitatif du vignoble ; Aimé Guibert ou Guy Bascou, entre autres. Comme beaucoup de journalistes anglophones à l'époque, il était très excité par toute cette mutation. Aussi, depuis l'âge de mes 8 ans, nous venons régulièrement en vacances ici.

« Laurent est un visionnaire. Pour lui, l'œnotourisme est certainement le moteur clef pour continuer à tirer vers le haut de gamme les vins du Languedoc. »

Vous n'avez pas débuté professionnellement dans le secteur de l'œnotourisme ?

J'ai étudié la politique et l'économie des institutions européennes à Oxford. Ensuite, j'ai fait le tour du monde pendant 1 an. A mon retour, j'ai commencé par faire du conseil de gestion dans le domaine du tourisme et de la finance pour le bureau de Londres de la BCG (Boston Consulting Group), pendant 4 ans. Puis, avec mon épouse et notre premier enfant, nous sommes retournés à Dublin où j'ai travaillé 5 ans à la banque d'Irlande. Mais même si cela a été très formateur, le monde bancaire, les restructurations financières ne me passionnaient pas. J'avais besoin d'une activité plus créative, surtout plus humaine, plus proche de ma sensibilité.

Le Languedoc était toujours resté dans un coin de votre tête ?

J'avais vu son évolution, et la Méditerranée nous attirait toujours. En 2000, je suis venu avec mon beau-père en repérage, parce que la région était pleine de potentiels dans l'immobilier et le tourisme. J'ai commencé à aider des hommes d'affaires Languedociens à adapter leurs produits immobiliers au marché Irlandais, Anglais ou Américain.

Quels enseignements en avez-vous retirés ?

J'avais vu une première vague de touristes étrangers arriver en Languedoc. C'étaient des gens très cultivés, des professeurs, des artistes, un peu comme mon père, qui avaient beaucoup de goût pour la culture, pour le vin, la gastronomie, pour cet art de vivre. Ils avaient un esprit pionnier, sans beaucoup d'argent, et pas mal de temps pour découvrir la région. J'ai pensé alors que la deuxième vague de touristes auraient à peu près les mêmes goûts pour cet art de vivre, avec certes, un peu moins de temps à y consacrer mais aussi une plus grande aisance financière. J'ai pu vérifier mon

intuition pendant quelques années, et en 2006, je me suis installé ici à plein temps.

C'est à ce moment-là que vous créez «Domaine & Demeure» ?

Début 2008, j'ai voulu concrétiser ma propre vision d'un certain type de tourisme, à la fois luxueux et confortable, avec un esprit très naturel, discret, pas du tout branché : le luxe sans ostentation, un haut-de-gamme complètement humain. Ce n'est pas de la philanthropie, mais un vrai positionnement. Notre clientèle n'a pas envie d'être retirée du reste du monde, au contraire. Elle veut faire l'expérience d'un certain art de vivre, au travers de vraies rencontres, d'une immersion dans la géographie et la culture.

Comment définir vos réalisations ? Gîtes de luxe, hôtellerie, créés de vacances ?

Nous créons tout l'univers d'un hôtel de grand standing avec piscine, court de tennis, restaurant, bar, conciergerie. On apporte, en plus, le charme et le côté pratique d'une villa privée avec pour chaque logement, un vrai espace de vie, un jardin privatif. On s'applique ensuite à tisser une relation de proximité avec nos clients, nous les guidons, les orientons à la découverte de la région. En dehors des clients fondateurs, beaucoup reviennent aux Carrasses, chaque année, depuis l'ouverture, il y a 5 ans.

Des clients fondateurs, c'est-à-dire..?

Nous avons mis en vente les 28 logements attenants au château. Il ne s'agit pas d'un simple investissement pour nos clients, mais d'un véritable achat «coup de coeur» pour une résidence secondaire qui est bien aménagée, pratique, dans un lieu d'exception. «Domaine & Demeure» reste propriétaire des parties communes, du bar, du restaurant, des parties viticoles. Ces 28 personnes, ces Clients Fondateurs, passent ici en moyenne 35 à 38 jours par an. Quand ils ne sont pas là, le reste de l'année, nous louons leur logement. On s'occupe de tout, ils sont dégagés de tout souci de gestion. Ça fonctionne très bien, et nous avons déjà des listes d'attente pour nos futurs projets. Plus d'un client sur deux arrivent jusqu'à nous par recommandation. Ils viennent à 70 % du monde entier, de tous les continents.

Comment choisissez-vous les domaines que vous restaurez ?

Nous sommes attentifs à l'héritage architectural, l'histoire, l'âme du lieu, et bien sûr à ce qu'il n'y ait aucune nuisance en terme de bruit, de vis à vis, de pollution environnementale. Les châteaux viticoles du XIXe siècle, notamment ceux conçus par Louis Garros, sont emblématiques de l'esprit que nous recherchons. Tous ces domaines sont le fruit d'évolutions au cours des siècles. Le Château les Carrasses est bâti sur les vestiges d'un ancien relais de Saint Jacques de Compostelle, puis il a évolué avec le style des années 30. Il n'y a donc pas eu de rupture avec son histoire quand nous l'avons fait entrer dans le XXIe siècle. Cette continuité est très importante pour moi, et le vignoble, autour, en est la partie persistante, un des garants de son authenticité. Ici, aux Carrasses, on a même gardé l'ancienne «mère de vinaigre».

Comment est née votre association avec les Vignobles Bonfils ?

Autour du château Les Carrasses, pour des raisons techniques, j'avais besoin d'un petit bout de terrain de 30 ares. La vigne

appartenait déjà aux Vignobles Bonfils. Laurent Bonfils m'a invité à déjeuner à Capestang, il a été séduit par mon projet. Quelques jours après, avec son père et ses frères, il a décidé de me céder ce terrain. Il n'a pas voulu que je le paye. On a tout notarié, c'était un vrai don. On a continué à sympathiser pendant plusieurs mois, et un jour nous avons visité St Pierre de Serjac à Puissalicon. On a décidé de le reprendre ensemble. Depuis, nous sommes associés à parts égales, 50/50, dans «Domaine & Demeure»

Que vous a amené ce mariage économique?

Il a permis d'ancrer définitivement le projet dans son authenticité avec une vraie production viticole adossée à l'aspect touristique du domaine. Ces châteaux étaient au cœur d'un pays, d'une communauté. Il est très important pour nous qu'ils gardent une vie sociale, culturelle, économique, intégrée dans leur environnement. On y organise des vernissages, des «afterwork»... Le restaurant des Carrasses propose une vraie cuisine du terroir, si bien qu'aujourd'hui, les «locaux» représentent plus de 55 % de son CA. On est très fier d'avoir créé un lieu où tous nos clients, du postier du village au «roi de Norvège» sont traités exactement pareils. Une alchimie qui rend possible des échanges et des rencontres authentiques. Une vraie détente aussi.

Jusqu'où peut vous mener l'aventure avec les Vignobles Bonfils?

Les Bonfils forment une famille extraordinaire, totalement enracinée, honnête, franche, et passionnée. Si parfois nous avons des avis différents, on a une telle complicité que l'on trouve toujours les compromis nécessaires. On sait s'écouter, Laurent est un visionnaire. Pour lui, l'œnotourisme est certainement le moteur clef pour continuer à tirer vers le haut de gamme les vins du Languedoc. Ici, aux Carrasses, on a fait en 2013 près de 3 000 visiteurs. Tous ceux qui ont goûté nos vins sont devenus ambassadeurs des Vignobles Bonfils. Laurent avait bien compris ça depuis longtemps, en constituant un portefeuille de 22 domaines et châteaux très intéressants, même si tous n'ont pas vocation à devenir un pôle d'œnotourisme. On ne va pas transformer 15 ou 20 domaines en «Château Les Carrasses». Nous n'avons pas une vision «industrielle» ou «gestionnaire». Nous tenons à respecter l'authenticité des lieux et conserver l'éthique de notre démarche. On avance projet par projet pour être sûr de pouvoir contrôler et mettre en

place, partout, l'esprit originel de notre démarche. Nous en ferons peut-être 6 ou 7. Le prochain sera Saint-Pierre de Serjac.

Qu'est-ce qui vous passionne le plus dans votre métier?

Beaucoup de nos clients nous consacrent les deux semaines les plus importantes de leur année. Ce moment où ils se retrouvent avec leur famille, leur épouse, leurs enfants. Ils redécouvrent leur âme, nourrissent leur esprit. Ils nous confient cet «espace temps» et on en devient responsable. C'est un vrai honneur. J'aime être à leur écoute, les conseiller, les guider à la découverte des richesses exceptionnelles de notre Languedoc, développer de fortes relations humaines. Pour réussir cela, j'ai la chance d'avoir à mes côtés une épouse remarquable, et une équipe de gens formidables, presque tous originaires d'ici, dans un rayon de 4 ou 5 km autour des Carrasses.



Karl O'Hanlon © Voix publique - Luc Jennepin

“Les Bonfils forment une famille extraordinaire, totalement enracinée, honnête, franche, et passionnée. Si parfois nous avons des avis différents, on a une telle complicité que l'on trouve toujours les compromis nécessaires.”