

Comment ils résistent aux mastodontes



Daniel Gazzar (au centre).

La maison Gazzar a su créer un lien privilégié avec une clientèle amoureuse des vins de Bordeaux.

David contre Goliath. C'est en résumé le combat quotidien que livrent la Caisse d'Epargne de Nyon, Merse Transac Immobilier, la maison Gazzar et VTX pour tenir tête aux poids lourds de leur branche. Ces PME romandes sont respectivement actives dans la banque, le courtage, le commerce de vin et les télécommunications. A elles seules, elles font mentir les baromètres conjoncturels selon lesquels les petites entreprises résisteraient moins bien que les grandes aux aléas du marché. Mais quelles sont les recettes de leur succès?

Parmi leurs atouts: grâce à leur structure légère, elles sont plus flexibles et jouissent donc d'une capacité d'adaptation remarquable. De plus, toutes misent sur un marché de niche dans lequel elles font preuve d'une force d'innovation. Rencontre avec ces petites PME romandes qui n'ont peur de rien.

«Notre structure nous permet de rester compétitifs face à Denner et Coop»

La maison **Gazzar**, à Ecublens (VD), s'est fait un nom dans le bordeaux depuis 1973. Le négociant résiste face à la grande distribution en développant un rapport plus humain avec le vin.

Avec ses bordeaux, Daniel Gazzar tient tête à Denner et Coop depuis 1995. Pourtant, rien ne prédestinait ce passionné d'aviron et d'endurance à rejoindre l'affaire familiale fondée en 1973 par son père Elie. Après une Licence en gestion d'entreprise à HEC Lausanne, suivie d'un Master en finance et marketing, un stage de six mois suffira pourtant à le convaincre de ne jamais repartir. Depuis vingt et un ans, Daniel Gazzar est donc l'heureux directeur de la maison du même nom, à Ecublens (VD). Avec le temps, et du travail, le négociant en vin s'est fait un nom grâce à ses bordeaux, qu'il connaît sur le bout des doigts. Daniel Gazzar est d'ailleurs l'organisateur de la plus grande dégustation de bordeaux qui a lieu une année sur deux à Lausanne. L'autre à Zurich.

Le pari réussi de l'e-commerce

Chacun de ces rendez-vous attire entre 500 et 1000 amateurs, qui goûtent plus de 70 châteaux de Bordeaux. «C'est important, confesse Daniel Gazzar. Les gens ont besoin de développer un rapport plus humain avec le vin.» Le négociant se plaît à rencontrer ses clients; des particuliers comme des restaurateurs pour parler de ses produits. La maison Gazzar a d'ailleurs toujours appliqué les mêmes tarifs aux amateurs et aux professionnels, si bien qu'aujourd'hui, les privés représentent 80% de sa clientèle. Si la société vaudoise reste discrète sur le montant de son chiffre d'affaires, elle est en revanche plus loquace sur ses recettes, qui lui permettent de résister face à la grande distribution.

Encore aujourd'hui, Daniel Gazzar se targue d'avoir lancé le site internet de l'entreprise. C'était en 1996. Aujourd'hui, la plateforme en ligne bilingue – les Alémaniques représentent deux tiers de la clientèle – a beaucoup évolué, au point de devenir une porte d'entrée plébiscitée pour les commandes, le online représentant 60% du chiffre d'affaires. «C'est important d'avoir plusieurs canaux. Nous travaillons dur pour que le site web soit rapide, efficace, et toujours à jour.» Daniel Gazzar chouchoute ses e-clients. Il publie bien sûr le menu détail d'un bordeaux, mais aussi les vidéos des châtelains qui le produisent. La plateforme se veut un espace de discussion, où le client peut interagir avec la personne qui a taillé les vignes et celle qui fait le vin.

L'autre raison du succès se cache derrière la structure très légère de l'entreprise. «Nous avons peu d'employés, des marges réduites. Cette légèreté nous permet de rester compétitifs face à Denner et Coop. Elle nous rend plus réactifs.» D'autant qu'avec le temps, la clientèle se fidélise et grandit. «Les enfants des clients de mon père viennent désormais à mes dégustations.» Mais il y a des contraintes, d'ordre logistique. Pour l'heure, la maison Gazzar livre gratuitement, entre deux et trois jours, dans toute la Suisse à partir de 36 bouteilles. «J'aimerais bien raccourcir ce délai», avoue Daniel Gazzar. Le négociant a d'autres ambitions comme développer les rencontres publiques avec les vignerons, ainsi l'assortiment de vins. «Nous sommes connus pour les bordeaux, mais nous avons de super vins italiens et suisses.»