

## Mas de Daumas Gassac : prospection digitale, écologique, réussie en Inde

**Le Mas de Daumas Gassac est un domaine viticole organique depuis sa création par mes parents en 1972. Nos grands vins sont considérés comme « Le grand cru » du Midi par de nombreux critiques et professionnels du vin. Nous sommes aujourd'hui plus que jamais un domaine familial et paysan.**



Interview de Basile GUIBERT, propriétaire et viticulteur

### **Quelle problématique avez-vous rencontrée ?**

Notre domaine a toujours refusé les pesticides et la chimie afin de protéger la biodiversité du terroir où nous produisons nos vins. Aujourd'hui cette démarche est une réflexion de chaque instant et le monde, toujours plus moderne, apporte de nouvelles problématiques dans notre volonté de préserver et de respecter l'environnement.

Nous n'attendons pas que les autres nous montrent une voie pour avancer et portons désormais notre réflexion sur notre manière de « voyager mieux et moins » afin de pallier l'épidémie mondiale du COVID.

Dans cet objectif, nous avons trouvé un réel intérêt de participer à des événements Business France en prospection digitale.

### **Dans quel cadre avez-vous sollicité la TFE ?**

Nous suivons chaque année le programme export de promotion des vins de la Team France Export. Alors que le COVID battait son plein en 2020 et 2021, la Team France Export, à travers son accompagnement personnalisé nous permet de rester en action et de créer de nouvelles relations commerciales dans le grand export.

De plus, les coûts de prospection ont été considérablement diminués grâce au soutien financier du Chèque Relance Export.

### **Avec-vous obtenu des retombées à la suite de votre accompagnement ?**

Ce pays comprend de nombreux facteurs qui complexifient l'exportation de vin. Cependant, grâce à la dégustation virtuelle effectuée en décembre 2020, nous avons commencé à développer une relation de confiance avec un importateur leader en vin sur l'Inde.

### **Les points positifs du Tastin virtuel**

Le premier avantage concerne l'aspect écologique : ne pas prendre l'avion ou la voiture nous permet d'amoindrir considérablement notre empreinte carbone. Ensuite c'est un gain de temps et de budget ; là où il fallait investir dans un billet d'avion, un hôtel, plusieurs jours de déplacement... nous nous retrouvons avec quelques heures passées derrière un écran, ce qui nous permet de rester proche de nos équipes et de continuer à prospecter à distance.