

RENCONTRE MONDIALE DES ACHETEURS DE VINS EN VRAC Favoriser le regroupement et la transparence

Men in Bulk. Le nom est astucieux mais il ne s'agit nullement de créer un simple concept décalé, vide de contenu. Derrière cette signature se sont regroupées cinq entreprises, et non des moindres, désireuses de créer une dynamique sur le marché du vin en vrac. Un regroupement qui sera concrétisé pour la première fois les 19 et 20 novembre lors de la prochaine édition de la Rencontre mondiale des acheteurs de vins en vrac (WBWE) à Amsterdam. Preuve, s'il en fallait, que le salon joue pleinement son rôle de courroie de transmission, voire d'initiateur de tendances au sein du marché du vrac.



Ciatti, Union de Guyenne, Maison Rouge, Maison Brunel et Vinovalie : cinq entreprises qui se côtoient régulièrement sur le plan professionnel et qui partagent un certain nombre de valeurs. Situées dans différentes régions de France – la Vallée du Rhône, le Sud-Ouest, le Bordelais... – elles possèdent une complémentarité en termes d'offre et une vision qui va au-delà des frontières françaises. A l'occasion de la dernière édition de la WBWE en 2011, leurs représentants ont commencé à faire mûrir un projet de regroupement, pour l'heure informel, qui puisse permettre de surmonter un certain nombre de handicaps dans le domaine du vrac, à commencer par le manque de transparence. « *Nous sommes partis du constat que, contrairement aux autres formes de commercialisation - que ce soit dans la grande distribution, dans le secteur traditionnel ou à l'export - il n'existait pas, à notre connaissance, de regroupement des acteurs du vrac,* » explique

Olivier Cabirol, adjoint de direction auprès de Vinovalie. « *Même si notre structure reste informelle, nous avons posé un certain nombre de fondamentaux, le premier étant la nécessité de travailler en toute transparence. Ce n'est pas toujours chose aisée mais tout le monde doit s'ouvrir et partager des informations sur sa base de*

clients, par exemple, sa politique tarifaire ou encore ses pratiques commerciales ».

Complémentarité de l'offre

Parmi les autres fondamentaux figure l'absence de concurrence directe. L'offre proposée par les cinq partenaires est complémentaire : Ciatti représente le volet vins étrangers avec des vins californiens, chiliens, argentins, sud-africains, australiens, néo-zélandais et italiens, de même que des Vins de Pays d'Oc ; la Maison Brunel est spécialisée dans les vins des Côtes du Rhône et de Provence ;



Maison Rouge offre un panel à la fois de vins espagnols et de Gascogne ; l'Union de Guyenne, basée à Sauveterre, représente un panel de vins de Bordeaux ; puis enfin, l'union de caves Vinovalie est spécialisée dans le vignoble du Sud-Ouest avec des vins de Cahors, Gaillac et Fronton en particulier. « *Le tronc commun de chacun,*

c'est une offre qui comporte aussi bien des IGP de leur zone que des Vins de France qui peuvent, eux, être plus transversaux », explique Olivier Cabirol. « *Bien évidemment, la seule gamme qui porte un nom commun à plusieurs partenaires, ce sont les Vins de France mais ce sont des vins typés de leur région d'origine que ce soit le Bordelais, le Sud-Ouest ou la Vallée du Rhône* ».

Gain de temps et d'expertise

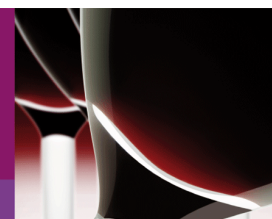
Sur un plan pratique et pragmatique, les cinq entreprises ont souhaité proposer une formule « guichet unique » lors de la WBWE. Outre la convivialité créée par le regroupement des stands - B2B8 - l'objectif ultime est bien évidemment de proposer aux acheteurs un panel large de vins dans un seul lieu. « *Au lieu de prendre chacun un stand, nous avons pris un lot de six emplacements, d'où la grande nécessité de transparence. C'est une nouveauté sur le marché du vrac car bien souvent on retrouve*

une sorte de fausse confidentialité que les gens aiment bien entretenir mais au final, les acheteurs de vrac sont, eux, de plus en plus regroupés. Notre objectif est de faire gagner du temps et de l'expertise à un acheteur. Lorsque celui-ci viendra sur notre stand pour du malbec de Cahors proposé par Vinovalie, s'il est à la recherche de vins



Bactérie **œN01** en co-inoculation:
Fermentez mieux, dépensez moins.

www.lamothe-abiet.com



sud-africains ou de vins de Pays d'Oc ou de vins des Côtes du Rhône ou de Bordeaux, il aura tous les interlocuteurs sur le même site ».

Jouer la carte de la spécialisation

Pour l'heure, le regroupement de services connexes – comme la logistique ou la facturation – n'est pas à l'ordre du jour. Chacune des entreprises conserve ces fonctions, l'éloignement géographique des unes et des autres rendant compliquée la création d'une plateforme logistique, par exemple. « Notre objectif premier est de réunir des interlocuteurs reconnus dans le monde du vrac même si les différentes entreprises partenaires ne font pas que du vrac. Vinovalie, par exemple, ne commercialise que la moitié de ses volumes en vrac, mais pour les volumes de vrac concernés, nous sommes véritablement spécialisés. Toutes nos caves sont équipées pour la thermovinification et l'une de nos caves élabore à elle seule 40 000 hl de vins rosés. Maison Rouge ne commercialise quasiment que du vrac. L'idée, c'est donc de mettre en avant cette spécialisation mais aussi de partager l'information sur les transactions et le potentiel du vrac. Si nous fonctionnions bien ensemble, nous pourrions mettre en réseau nos portefeuilles client pour que demain chacun d'entre nous enrichit son portefeuille du réseau des autres ».



Aller plus loin

Après un an de réflexions, le but est d'aller plus loin dans la démarche, après la WBWE. « Si nous y avons consacré du temps, c'est parce que nous imaginons qu'à l'avenir notre regroupement va durer et s'amplifier ». Il n'est donc pas exclu que d'autres partenaires puissent être intégrés par la suite. « Dans la mesure où nos fondamentaux seraient respectés, on peut imaginer élargir le regroupement. Tout partenaire potentiel devrait être dans le même état d'esprit que nous – c'est une mentalité gagnant-gagnant – et devrait s'inscrire dans notre univers concurrentiel. On ne pourrait pas imaginer, par exemple, qu'un autre opérateur dans les Côtes du Rhône nous rejoigne, sauf si la Maison Brunel le propose elle-même. Si une maison alsacienne nous faisait savoir qu'elle était intéressée pour nous rejoindre, nous étudierons la question, même si notre offre est déjà relativement conséquente ».

Régularité des approvisionnements

Une offre importante mais qui se positionne avant tout sur un créneau qualitatif. « Nous nous basons sur des fondamentaux de qualité, sachant que nous ne sommes pas suffisamment gros pour alimenter le marché national des vins de table de premier prix », précise Olivier Cabirol. « Nous travaillons ainsi sur des spécialisations fortes ; dans le cas de Vinovalie, il s'agit du malbec, du gamay et des vins rosés ainsi que des vins issus de la thermovinification ».

Parmi les autres atouts du regroupement figure également la régularité de l'approvisionnement assurée par une implantation forte des acteurs en amont.

Quoi ? World Bulk Wine Exhibition
Où ? RAI Elicium, Amsterdam
Quand ? Les 19 et 20 novembre 2012
Renseignements :
www.worldbulkwine.com

Avec une récolte mondiale déficitaire, l'intérêt de sécuriser les approvisionnements est évident. « L'une des grandes forces de notre regroupement repose sur nos capacités d'approvisionnement : certains d'entre nous sommes appuyés sur des structures de production, tandis que nos partenaires courtiers ou négociants s'appuient sur des partenariats forts avec la production. Cela nous permet de tamponner au maximum l'effet millésime sur les prix ». Au-delà de la question des prix, la baisse de la production cette année va entraîner des difficultés d'approvisionnement tout court pour certains opérateurs. « On sent bien que les acheteurs sont perturbés par des effets de régularité des millésimes : lorsqu'on perd 30 ou 40% de production d'une année sur l'autre, c'est toujours le vrac qui subit le contrecoup car les producteurs maintiennent toujours leurs volumes de bouteilles. Dans la mesure du possible, nous essayons toujours d'assurer la régularité dans les approvisionnements. De fait, notre objectif n'est pas d'avoir 150 clients mais d'en avoir 10 ou 20 avec lesquels nous tissons de véritables partenariats durables ».

Rendez-vous est donc pris lors de la prochaine édition de la Rencontre mondiale des acheteurs de vins en vrac, les 19 et 20 novembre à Amsterdam.

publi-reportage

la journée vinicole.com

À remplir et à retourner à : La Journée Vinicole - Parc Cresse-Saint-Martin - 34660 COURNONSEC

Nom :

Activité (important) :

Société :

Adresse :

Code Postal : Ville : Pays :

E-mail : Tél : Fax :

(adresse à laquelle vous souhaitez recevoir chaque jour La JV)

Règlement par : Chèque bancaire
 Virement bancaire du
 Paypal sur notre site (accès par «s'abonner»)

abonnez-vous pour 178 euros TTC / an
00 33 (0)4 67 07 52 66 - compta@journee-vinicole.com

La Journée Vinicole
QUOTIDIEN

La Journée Vinicole est propriété de
JV Presse Info

Directeur de la publication et
Rédacteur en chef :
Robert Amalric

Edition : Sarl JV Presse Info
au capital de 32 100 euros
503 806 937 RCS Montpellier

Siège social :
Parc Cresse-Saint-Martin
34660 COURNONSEC
Tél. : 00 33 (0)4 67 07 52 66
Fax : 00 33 (0)4 67 71 76 88
compta@journee-vinicole.com
www.journee-vinicole.com

Imprimé par :
Imprimerie spéciale Journée Vinicole
34000 Montpellier
Commission paritaire : n° 0409 T 87409
ISSN : 0151-4393