

Le Journal du Dimanche

30 Juillet 2017

Actualité Économie & Business

Le cubi monte en gamme

CONSOMMATION Mieux conditionnés et de plus en plus premium, les vins en boîte ou bags-in-box cartonnent

Des cubes et des cylindres couleur parme remplis d'alcool sont alignés comme des livres entre deux rangées de bouteilles sur les rayons du caviste PhiloVino à Paris. Bruno Quenioux entame une critique raisonnée de ses « bags-in-box » ou BiB. « Avec mon associé, nous avons ouvert en octobre 2013 une première boutique *BiboVino* qui ne vendait que des BiB », dit-il.

Pari osé et réussi puisqu'en moins de quatre ans l'enseigne a inauguré une trentaine de magasins en France et deux en Suisse. Aujourd'hui, sa collection compte plus de 40 références mêlant bordeaux, bourgogne, beaucoup de languedoc mais aussi un vin corse et un cru toscan 100 % végan. Tous sont positionnés haut de gamme: du bordeaux Sainte-Marie à 25 euros (2 L) au côte-rôtie à 109 euros (2 L), son produit le plus cher. « On voulait être en rupture avec l'image bon marché qui collait aux vieux cubis en plastique. Alors on est partis à l'affût de vins magiques. Il fallait que les clients disent "waouh!" en les dégustant », s'enflamme Bruno Quenioux qui espère écouler 10.000 lots cette année.

BiboVino n'est plus un cas isolé. Les BiB de qualité se sont imposés comme une tendance lourde du marché. Grâce à leur technologie brevetée, les boîtes, dotées d'une poche rétractable à mesure que le vin se consomme à l'aide d'un robinet, offrent une qualité gustative inégalée. Car le vin n'est plus au contact de l'air. « Tout le monde s'y met. Nicolas a lancé l'été dernier sa CUB Collection, Cubiton en a fait

son format, Castel commercialise sa marque Roche Mazet (pays-d'oc) dans des fontaines à vin et depuis un an, la grande distribution s'y intéresse », énumère la blogueuse et œnologue Charlotte Dominique du site Toutlevin.

Écolos, pratiques et moins chers

Pour faire l'article de ces cubis nouvelle génération aussi beaux que bons, les arguments ne manquent pas. Leurs amateurs les jugent plus écolos et très pratiques. « Ce sont des formats modernes et festifs. Ils permettent de consommer en groupe ou seul et sans culpabiliser puisque le vin s'y conserve mieux et plus longtemps que dans une bouteille », pointe Bruno Vincent-Genot, ex-directeur de l'Union des vigneron des Côtes-du-Rhône. De plus en plus créatifs, les BiB défendent aussi bien qu'une étiquette l'image du vigneron.

Autre point fort de cet emballage, son prix, de 25 à 30 % moins cher en moyenne pour un même cru. Résultat: les ventes ont doublé en dix ans. Selon Charlotte Dominique, le BiB aurait franchi la barre des 40 % de parts de marché en volume pour les vins tranquilles achetés en grande surface. Les consommateurs jeunes, en particulier, plébiscitent ces cubis contenant entre deux et trois litres d'alcool. Un tiers des acheteurs ont entre 18 et 24 ans. « Les clients encore réticents basculent avec les premiers barbecues de printemps », ajoute Bruno Quenioux. Autre clientèle en augmentation, les restaurateurs qui proposent des vins au verre. L'équation économique devient alors imbattable. ●

BRUNA BASINI @BrunaBasini



BiboVino propose plus de 40 références. Ici, la cave rue Charlot à Paris. F. ROESCH