

SEPTEMBRE 2017

COMMENT BIBOVINO VEUT CONTINUER À ÉTENDRE SON RÉSEAU

L'enseigne de caviste, qui a fait du Bag-in-box® un objet chic et huppé, entend accélérer son développement pour atteindre une centaine de points de vente d'ici 2020. Avec, au passage, un concept affiné dont voici les contours.

Trois ans et demi après son lancement, BiBoViNo continue d'essaimer tout en perfectionnant son modèle économique. L'enseigne de caviste de centre-ville, qui a fait le pari osé de commercialiser du vin haut de gamme exclusivement en Bag-in-box®, compte désormais une trentaine de boutiques en licence de marque dont cinq à l'étranger. Soit trois fois plus qu'en 2015, année au cours de laquelle les cinq associés* à l'origine de sa création ont réalisé une levée de fonds d'un million d'euros avec le fonds d'investissement Capital & Dirigeants Partenaires. Grâce à la croissance de son parc, l'entreprise table sur un chiffre d'affaires de trois millions d'euros en 2017, en



Avec 30 boutiques de centre-ville, Frantz Roesch, co-fondateur de l'enseigne, enregistre un chiffre d'affaires de trois millions d'euros.

augmentation de +30% par rapport à l'an passé. Elle ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. « Nous visons une centaine de magasins à l'horizon 2020, affirme Frantz Roesch, l'un des associés. Nous aurons alors atteint une taille honorable pour un réseau comme le nôtre. »

45 VINS AU VERRE À LA DÉGUSTATION

En France, le spécialiste du Bib® premium, très implanté dans l'Ouest (Le Mans, Laval, Rennes, Dinard, Vannes, Cholet...), le Nord (Lille, Arras, Le Touquet) et la région parisienne, espère se déployer plus au Sud où il a notamment un projet en cours à Marseille. À l'étranger, après la Suisse et la République Tchèque, c'est au tour

LES FONDAMENTAUX DE BIBOVINO EN IMAGES

1 LE BAR À VINS EN ZINC

► C'est la pièce centrale des boutiques affiliées à l'enseigne BiBoViNo, dont le mot d'ordre est la possibilité de déguster l'ensemble des références à la vente.



2

LA COULEUR MAUVE

► La façade des magasins, le logo de l'entreprise et les Bib® reposent sur cette couleur inhabituelle dans l'univers du vin. Elle séduit toutefois la clientèle féminine et plaît également aux hommes.



3

LA PHOTO DES VIGNERONS

► BiBoViNo travaille exclusivement avec des vignerons en caves particulières à l'exception de la cave coopérative des Clairmonts en appellation crozes-hermitage. Les plus célèbres ont leur portrait affiché en boutique.





de la Grande-Bretagne de frapper au portillon.

Parallèlement, le modèle BiBoViNo évolue. « Nos cavistes développent de plus en plus une activité de bar à vins, explique Frantz Roesch. Elle leur assure une rentabilité supérieure à celle dégagée par la vente au détail. Ils appliquent en effet un coefficient de 5 à 6 sur la vente de vins au verre contre 1,8 à 2 sur celle réalisée en Bag-in-box®. » Rue Charlot à Paris, la première adresse ouverte au nom de l'enseigne, le responsable des lieux propose à sa clientèle des planchas à partir de 10 euros accompagnées d'un verre de vin à 4, 6 ou 8 € suivant le domaine choisi. « Grâce à la conservation du vin que permet le Bag-in-box®, nous sommes l'un des rares cavistes à proposer 45 verres de vin différents à la dégustation », souligne Frantz Roesch. De quoi se faire une idée de la qualité de l'offre sélectionnée par Bruno Quenioux, sommelier et ex-acheteur vins de Lafayette Gourmet. « Nos points de vente présentent entre 30 et 50 références en trois et deux litres, dont une vingtaine suivie à l'année », indique Frantz Roesch. Le cœur de l'offre se positionne entre 20 et 40 € et les promotions sont inexistantes. « Cela étant, nos vins sont entre 25 à 30 % moins chers que les mêmes vendus en bouteilles chez un caviste traditionnel, tient à préciser l'entrepreneur. Nous animons, en outre, notre gamme différemment. Nous mettons en avant un vin du mois et nos adhérents organisent régulièrement des ateliers dégustation autour de thématiques différentes. »

DÉVELOPPEMENT DE LA VENTE EN LIGNE

L'heure est aussi à la spécialisation. La vallée du Rhône et le Languedoc-Roussillon, qui représentent près de la moitié de l'assortiment en raison de leur bon rapport qualité-prix et des

facilités d'approvisionnement, recèlent de vins atypiques. « On y trouve des choses originales comme la cuvée Roméo & Juliette de Michel Raynaud en IGP pays d'oc qui fait appel à un assemblage de merlot et de syrah », observe Frantz Roesch. Grâce à son réseau dans les vignobles, Bruno Quenioux a par ailleurs convaincu des grands noms de la viticulture française de participer à l'aventure BiBoViNo. Parmi eux, Jean-Paul Brun dans le Beaujolais, Emmanuel Giboulot dans les hautes-côte de nuits, Alexandre Le Corguillé à bandol, Mathias Levron à saumur-champigny... avec lesquels le célèbre sommelier a élaboré des cuvées inédites pour l'enseigne.

Ces vins prestigieux sont conditionnés dans des Bag-in-tube® de deux litres afin de rester dans des seuils de prix acceptables. Quoique le condrieu de Christophe Pichon, également produit à quatre mains avec Bruno Quenioux, affiche le tarif vertigineux de 99 € l'unité ! « Nous commençons à décliner certains de nos produits d'entrée de gamme dans le format deux litres pour élargir notre cible de clientèle », indique Frantz Roesch. L'entreprise, qui possède un site de vente en ligne où l'intégralité de sa gamme est proposée, veut également développer cette activité on-line. « Nous allons pousser son référencement », annonce le dirigeant. Sur le site, le montant de la commande s'élève en moyenne à 110 €, quand le panier moyen en magasin oscille aux alentours de 45 €. Les dirigeants de BiBoViNo viennent enfin de mettre en place une force de vente pour déployer leur Bib® en restauration. Un nouveau territoire où poser ses cartons.

CHANTAL SARRAZIN

*Frantz Roesch (co-fondateur de la franchise Ucar), Michel Gillet (galeriste, producteur de cinéma), Olivier Baussan (fondateur de l'Occitanie en Provence et d'Olivier & Co), Bruno Suter (ex-patron de l'agence publicitaire Eldorado), Bruno Quenioux (sommelier et ex-acheteur vins de Lafayette Gourmet).

BIBOVINO PROPOSE UN CONDRIEU AU TARIF VERTIGINEUX DE 99 € LES 2 L !