

ACTEURS  
ILS ONT EU LA BONNE IDÉE ET ON A LE DROIT DE S'EN INSPIRER!

## Bruno Quenioux, Frantz Roesch

Ils donnent au vin en BIB  
ses lettres de noblesse

**L**e BIB (ou Bag-in-Box), en plein boom, pèse 38% du vin écoulé en supermarché. Par ailleurs, les Français boivent moins, mais mieux. C'est en croisant ces deux tendances que Frantz Roesch a eu l'idée de créer *Bibovino*, la version chic du BIB. «La difficulté fut de convaincre les bons vignerons de nous suivre», explique cet ex-publicitaire et fondateur du loueur Ucar. Pour les séduire, il a reçu l'aide de Bruno Quenioux, ancien responsable des vins chez Lafayette Gourmet et chantre du vin de terroir. Ensemble, ils ont sélectionné une carte

de 40 vins (touraine, corbières, crozes-hermitage, bientôt côte-rôtie), sans cesse renouvelée, dans une fourchette de 5 à 15 euros les 75 centilitres. Le conditionnement en BIB (surtout de 3 litres), a priori peu valorisant, présente en réalité plein d'avantages. Le vin, sous vide, se conserve huit semaines une fois qu'on a dégoupillé le robinet. Idéal pour un petit verre de temps en temps. Il est 20% plus économique que la bouteille en verre. Et en boutique, «le client goûte avant d'acheter, ou pas», explique Frantz Roesch. Lancé fin 2013, *Bibovino* a déjà ouvert 27 boutiques en

franchise et réalise 3,5 millions d'euros de chiffre d'affaires. Il vise 100 points de vente en France, en Belgique et bientôt aux États-Unis. D'autant que le concept plaît aux cadres en quête de reconversion : 40 références, c'est facile à gérer sur le plan logistique et pas trop intimidant pour qui n'est pas expert du vin. Pour rentabiliser leur affaire et amortir leur apport (50 000 euros hors droit au bail), les futurs cavistes devront toutefois proposer du snacking. Car BIB ou bouteille, c'est la meilleure façon d'avoir une bonne rentabilité. **C**

Christophe David