

Le Journal du Dimanche

5 FÉVRIER 2017

Bibovino met le bon vin en boîte

COMMERCE En misant sur le haut de gamme, la franchise de Frantz Roesch développe une nouvelle consommation

C'est un condrieu de Christophe Pichon, un viognier opulent et plein de fraîcheur aussi. Logiquement cher pour un vigneron réputé dans une appellation prestigieuse : 99 €, mais pour un « bib » de 2 litres. « Bib » pour « bag-in-box », ces poches enfermées dans une boîte avec son robinet, en somme les cubis qui font un carton en supermarché. « Christophe Pichon aurait pu nous dire : mon vin dans du carton, jamais ! Il est tout de même le président du syndicat de Condrieu », avance Frantz Roesch, l'un des fondateurs de Bibovino, la première marque haut de gamme sur ce créneau. En trois ans, le réseau compte déjà 30 boutiques en France, cinq à l'international, avec un objectif de 100 points de vente à l'horizon 2020.

Consommer moins mais mieux

« Fin 2013, c'était déjà un marché en pleine croissance, qui représente aujourd'hui 40 % des volumes vendus, poursuit Frantz Roesch. Mais avec du mauvais vin. Il fallait être les premiers à monter en gamme et s'imposer vite, d'où le

choix de franchiser. » Pour faire de la qualité, la sélection des vins est confiée à Bruno Quenioux, l'ancien responsable de la cave du Lafayette Gourmet. Son intransigeance peut paraître un peu raide : sur le dernier salon Millésimes Bio, sur 200 cuvées dégustées, il en a gardé une ! « Sa ligne, c'est pas de chimie dans le sol, le terroir d'abord et une vinification traditionnelle. Sur ces critères, nous tournons avec une quarantaine de références. » Dans la dernière collection, du moulin-à-Vent de Jean-Paul Brun ou du crozes-hermitage de la cave de Clairmont, et l'essentiel de la gamme entre 25 et 35 € (pour 3 litres).

Le succès de Bibovino – 3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016 – confirme la nouvelle réalité de la consommation du vin : moins mais mieux, pas tous les jours et de manière plus festive chez les jeunes. Le « bag-in-box » permet de conserver le vin de quatre à huit semaines après ouverture, parce qu'il reste à l'abri de l'air. « Le "bib" correspond aussi à la consommation du vin au verre dans la restauration, avance Frantz Roesch. Il permet d'avoir une carte de vins étoffée sans risque de perte. C'est notre axe développement en 2017. » **G.R.**