

Ils ont inventé le Bag-in-Box grand cru !

Cinq copains entrepreneurs lancent les Bag-in-Box de grands vins bio. Ils veulent ouvrir 100 magasins.



De gauche à droite : Bruno Quenioux, Bruno Sutter, Olivier Baussan, Michel Gillet et Frantz Roesch, cinq copains à l'origine d'un concept né en 2013, à Paris.

Ils ont ouvert une vingtaine de boutiques et visent la centaine en France comme à l'étranger. Les magasins BiboVino veulent révolutionner la distribution de vin en misant sur un seul contenant, le Bag-In-Box, mais avec des vins haut de gamme. Et ça plaît : les fondateurs viennent de lever des fonds à hauteur d'un million d'euros.

Un concept osé

Né en 2013, ce concept osé mise ce qui dans l'esprit de beaucoup reste synonyme de "piquette" : une poche en plastique souple dotée d'un robinet dans une boîte en carton. « C'est vrai, il y a encore beaucoup d'a priori, reconnaît Frantz Roesch, ex-publicitaire et créateur d'Uccoar (loueur de voitures). Mais tout dépend de ce que l'on met dedans ! »

L'offre : une collection d'une trentaine de vins sélectionnée par Bruno Quenioux, ex-acheteur vins des Galeries Lafayette. Des cuvées issues de l'agriculture raisonnée voire souvent bio.

Associé à l'aventure, Olivier Baussan, créateur de la marque de cosmétiques L'Occitane, et Michel Gillet, galeriste et producteur de cinéma. Dans chaque magasin (environ 30 m²), on peut goûter les vins au verre (4 euros). Les vins de Jean-Paul Brun, de Laurence et Stéphane Dupuch ou de Michel Raynaud y sont déjà (30 ou 40 euros les deux ou trois litres).

Malin alors que le Bag-in-Box cartonne déjà en hypers (33 % des ventes en volume). Ses avantages ? Le vin peut être conservé cinquante jours après ouverture, un moindre encombrement, des prix 20 % moins élevés... Une bonne idée, non ?

■ Hakim Bendaoud