

18 JUIN 2014

1/2

Le bag-in-box fait un carton chez Bibovino

SARAH KANGA | 18/06 | 06:00 | Lu 29 fois



Le bag-in-box fait un carton chez Bibovino - Droits réservés

1 / 2

Place à un nouveau concept parmi les réseaux de cavistes avec Bibovino, un vin en carton qui a de la bouteille. Son originalité, une distribution exclusivement sous forme de « bag-in-box ».

[[40131_1401976917_bibovino-bis-220.jpg]]

Bibovino, ce sont 4 associés venus d'horizons divers et réunis par leur amour du vin. **Olivier Baussan**, fondateur du réseau l'Occitane, **Bruno Sutter**, ex-patron de l'agence publicitaire Eldorado, **Michel Gillet** ancien galeriste producteur de cinéma, et **Frantz Roesch**, co-fondateur de la franchise **Ucar**.

Ensemble, ils choisissent de **développer leur réseau de cavistes en licence de marque** en 2012. Du vin donc, mais pas n'importe lequel. Exit l'embouteillage traditionnel, Bibovino mise sur un marché en plein essor : le **bag-in-box** (bib). Ce conditionnement du vin dans des cartons a vu ses ventes passer de **10 % à 25 % du marché en volume**, et constitue près de 30 % des vins industriels de la grande distribution. Un « *basculement* » de la bouteille vers le bag-in-box selon les développeurs du **concept** qui ont fait le choix d'une distribution 100 % « bib ». « *Nous y croyons fermement* », assure Frantz Roesch.

Pour se lancer dans le marché, les associés font appel à un fin connaisseur, **Bruno Quenoux**. Cet ancien tenancier des caves des Galeries Lafayette a été parmi les premiers à promouvoir les vins bio ou à tendance naturelle en France, et a travaillé aux côtés des associés à une offre de vins « *honnêtes et sans maquillage* », rapporte l'entrepreneur.

Bag-in-box ?

Derrière son aspect simplet, le bag-in-box cache de nombreux avantages, comme l'explique Frantz Roesch. D'abord, ce format incassable est plus facile d'utilisation, moins lourd, plus compact et permet une manipulation plus aisée du produit. Ensuite, côté technique, une fois le vin ouvert, la poche contenue dans le carton se rétracte, ce qui permet une conservation sous vide (à la différence des cubis qui permettent la pénétration d'oxygène). « *Nous n'avons rien inventé*, nuance toutefois l'entrepreneur. *Les bag-in-box existent depuis 25 ans. En revanche, ils prolongent le temps de conservation en fonction des vins, de leur acidité, de leur PH, etc. Quand un vin en bouteille se conserve 3 jours une fois ouvert, le « bib » peut permettre d'atteindre 15 jours, voire un mois* », explique l'associé.

Enfin, en plus d'être protégé de la lumière, **le vin contenu dans un « bib » vieillit plus vite, tout cela à un tarif préférentiel puisque le conditionnement coûte moins cher, de 30 % environ**. « *3 litres de vin dans un « bib », représentent 4 bouteilles de vins* », poursuit l'entrepreneur.

[[40131_1401976951_bibovino-fondateurs-220.jpg]]

Une offre bas de gamme ?

Si l'aspect des cartons de 3 à 5 litres couleur lavande peut paraître rudimentaire, le réseau l'assure, il n'a pas été question de transiger sur la qualité du produit. Les vins sélectionnés par Bruno Quenoux sont des **vins haut de gamme**. « *Avec la crise, les Français consomment moins mais mieux* », indique Frantz Roesch. « *Bibovino est un réseau de cavistes qui ne fait pas de grande distribution* ». Dans la sélection des viticulteurs, Bruce Quenoux n'a pas hésité à faire fonctionner son carnet d'adresse. De nombreux vigneron ont répondu à son appel. **Beaujolais** de Jean-Paul Brun, ou encore **Bergerac bio Château Le Tap** d'Olivier Roches, au total, l'enseigne propose **25 références** et prévoit d'atteindre les 30 appellations afin d'opérer une rotation saisonnière, à la manière d'une collection été/hiver. Le quatuor a également lancé en parallèle un commerce indépendant de carafes afin d'orner les belles tables.

Le réseau qui compte déjà **deux licenciés à Paris (75)** et un à **Etaples-sur-Mer (62)**, ainsi que deux comptoirs parisiens, est actuellement en phase de **recrutement**. **L'objectif : 10 ouvertures par an**. Trois nouveaux points de vente devraient bientôt voir le jour à Toulouse (31), Colmar (68) et Limoges (87).

Bibovino recherche des amateurs de vins, des épicuriens adoptant non pas juste une approche œnologique mais aussi « *philosophique* », précise Frantz Roesch qui ajoute, « *Nous recherchons des personnes avec le plaisir de la dégustation. Il ne s'agit pas juste d'une activité intellectuelle et cérébrale.* » Car la clef de leur succès selon l'associé, c'est aussi cette dégustation proposée aux clients autour des bars qui ornent leurs boutiques. « *Les « bib », là encore, nous permettent de faire découvrir tous nos vins sans exception. Ainsi, le client achète le vin qui lui plait, non pas celui qui plait au caviste.* » ●

Les chiffres clés :

- Apport personnel : entre **30 000** et **50 000 €**
- Droit d'entrée : **10 000 €**
- Formation : **5 000 €**
- Redevances : **3 %** pour les premiers licenciés la première année, **4 %** la seconde et **5 %** la troisième
- Surface moyenne : de 25 à 50 m²
- Zone de chalandise : zones de commerces de bouche, rues commerçantes