

Economie | Distribution des vins : Wine Services, l'experte en data



Où sont vendus les Grands Châteaux bordelais et à quels prix ? En 2010, Clément Marcorelles a voulu répondre à ces deux questions que les producteurs ne se posent pas toujours à son goût. Muni de son bâton de pèlerin, il a décidé de parcourir les quatre coins du globe pour lister les Grands Vins bordelais présents sur les cartes des restaurateurs haut de gamme ainsi que chez les cavistes. Aujourd'hui, son entreprise Wine Services, située quai Bacalan à Bordeaux, emploie une vingtaine de personnes, travaille avec 85 des 100 plus Grands Châteaux bordelais, des champagnes et des vins étrangers...

Un travail de fourmi. Oui ! C'est un véritable travail de fourmi et même d'enquêteur que mène depuis dix ans maintenant l'équipe de Wine Services. Cette entreprise bordelaise abritée dans un hôtel particulier quai Bacalan, détient une mine d'informations exceptionnelles sur la distribution des millésimes des Grands Châteaux de Bordeaux. Sa mission : lister tous les grands crus présents dans les restaurants haut de gamme du monde entier ainsi que chez les cavistes. Mais pourquoi mettre en place une telle stratégie de recherche autour de la distribution des vins ? « Et bien tout simplement parce que les Châteaux ne savent pas à qui ils vendent leur vin ni à quels prix, précise, simplement, Caroline Meesemaecker, directrice associée de Wine Services.

En effet, pour les crus les plus chers -environ 300 vins différents-, les producteurs les proposent à la vente « en primeur » au printemps suivant la vendange, pour livraison en bouteille seulement une année et demi voire deux ans plus tard. « C'est spécifique aux bordelais, ajoute Caroline. Il faut compter entre quatre et cinq intermédiaires avant que le vin ne soit vendu. Ce système très intermédié des vins bordelais ne facilite pas la transparence sur la distribution finale. »

Les principaux marchés mondiaux scrutés à la loupe

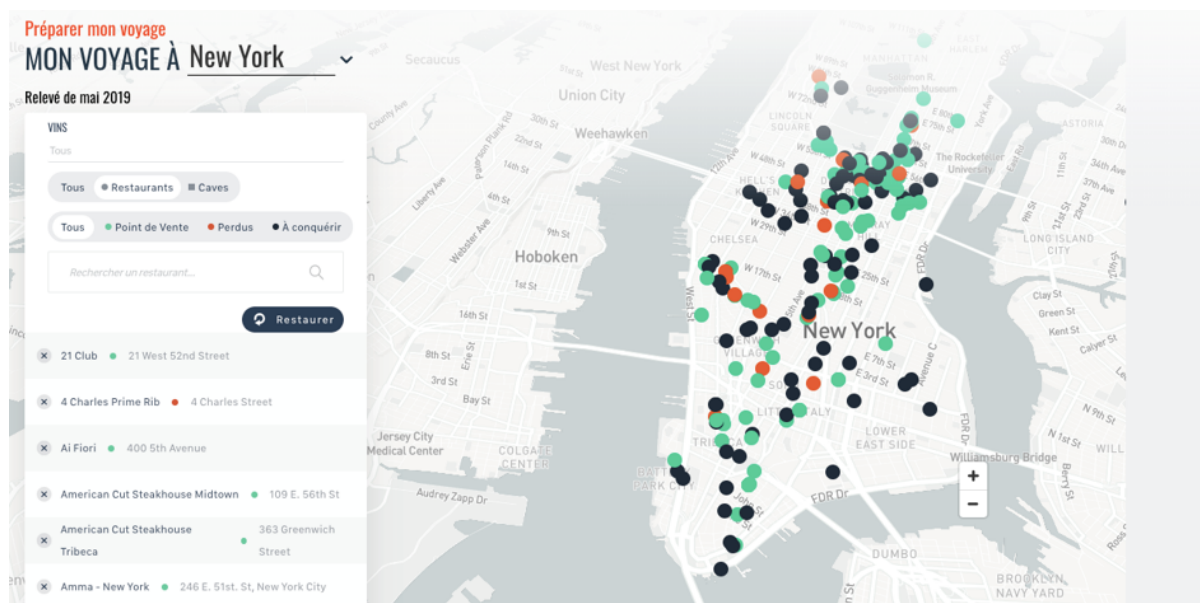
En 2010, Clément Marcorelles, diplômé d'HEC, découvre ce concept de vente. Interloqué il ne comprend pas comment des Grands Châteaux ne veulent pas savoir où atterrissent leurs vins et surtout à quels prix ils sont vendus. Et il pousse la réflexion encore plus loin. « Si les Châteaux ne se soucient pas des lieux où ils sont vendus, ils ne savent pas non plus les endroits où ils ne sont plus référencés et où le sont en revanche leurs concurrents », souligne, pertinemment, Caroline Meesemaecker. Partant de ce constat, Clément décide de

voyager au cœur des principaux marchés mondiaux que sont New York, Paris, Singapour, Londres, Hong Kong, Los Angeles/San Francisco, la Suisse et l'Allemagne et créer une base de données recensant la présence des Grands Châteaux Bordelais sur les cartes des restaurants haut de gamme ainsi que chez les cavistes mais aussi dans les foires aux vins, les ventes aux enchères, les sites e-commerce... A partir de ces données, l'équipe de Wine Services propose une analyse pointue des résultats aux Châteaux ayant recours à cette prestation. Sur les 100 plus Grands Châteaux de Bordeaux, la société bordelaise travaille pour 85 d'entre eux. « Le plus dur fut de convaincre les producteurs de l'intérêt de notre travail », ajoute la directrice associée. En effet, « vu que la commercialisation de leurs vins est confiée entièrement aux négociants bordelais, c'est très compliqué de les inciter à appréhender le marché autrement. »

Une véritable carte d'identité de la distribution des vins

En 2020, l'équipe de Wine Services prévoit de scruter à la loupe 6 473 restaurants, contre 3 500 en 2013. Ainsi, à New York, 550 restaurateurs seront appelés, à Shanghai, 175, en Australie, 200 à Paris, 420 ou encore en Suisse, 370. « Mes collaborateurs ne se déplacent pas forcément dans tous les restaurants. Ils envoient un mail ou les contactent par téléphone pour obtenir leur carte des vins ». Du côté des cavistes, 475 seront visités dont 50 à Los Angeles, 30 à Singapour ou encore 50 en Allemagne. Munis d'un dictaphone, les membres de Wine Services relèvent avec une infinie minutie les références, le prix et le millésime. Une fois enregistrées, ces données sont retranscrites sous un tableur Excel et vérifiées une nouvelle fois, la qualité doit être « irréprochable ». Elles sont ensuite intégrées dans une application, dédiée aux clients, qui présente en quelque sorte la carte d'identité de la distribution du vin. Là, ces derniers peuvent consulter librement ces informations sous forme de tableaux et graphiques. Une appli très intuitive car elle permet de voir en un coup d'œil grâce à une carte interactive la présence du vin. « Nos clients peuvent également comparer leur présence par rapport à celle de leurs concurrents ». Ainsi trois tableaux mettent en avant « mes points de vente », « mes points de vente perdus » et « mes points de vente à conquérir ».

Cet outil permet de mettre en place une véritable stratégie commerciale pour les producteurs, « nous sommes un assistant marketing complet », définit Caroline Meesemaeker. En effet, à partir de ces données, « le Château connaît les points de vente qu'il a perdus et doit travailler à les reconquérir tout simplement en les appelant et en leur demandant pourquoi leur vin n'est plus référencé. Aussi, en visitant les restaurants où figure leur vin sur la carte. Ils peuvent également les inviter lors de dégustation. Enfin, en scrutant là où se positionnent leurs concurrents ». Et la dirigeante de rappeler que chaque année « 20 % des grands vins bordelais disparaissent des cartes et des cavistes ».



Ouverture à l'international

Depuis 2016, Wine Services s'est davantage ouverte à l'international pour le référencement de vins étrangers notamment. « En 2013, lorsque je suis arrivée, raconte Caroline, Wine Services travaillait avec 15 Châteaux. En 2016, notre entreprise en dénombrait 55. Nous avons donc décidé de nous ouvrir à d'autres vins français mais également étrangers. » La répercussion sur le nombre de données fut immédiate. « Pour Paris, par exemple, en incluant les grands vins de Bourgogne, nous sommes passés de 26 000 lignes à 54 000 lignes de références ». Du côté des vins français donc, hormis les Grands Châteaux Bordelais, Wine Services œuvre pour quatorze Maisons de Champagne, et notamment un client à Sancerre, un dans le Languedoc, un en Provence et un dans le Rhône. A l'international à présent, l'entreprise bordelaise travaille pour le plus grand domaine viticole en Afrique du Sud, pour dix-huit producteurs italiens, principalement en Toscane, seize en Californie, un en Hongrie, cinq en Argentine, cinq au Chili, un au Portugal, sept en Espagne, un en Chine (celui de LVMH), ainsi qu'en Australie et en Nouvelle-Zélande.

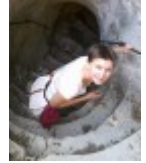
Au-delà de ce service de Data marketing, Wine Services délivre également des conseils en veille digitale. Ainsi, toujours sur cette même application, un fil d'actualité relative au monde du vin figure à droite de l'écran du compte-client. Une revue de presse reprenant les articles mentionnant le Château client est également proposée. « 250 articles sont ainsi mis en ligne sur l'appli quotidiennement ». Un véritable travail d'archiviste. Enfin, autre proposition pour les abonnés, l'avis de dix-neuf dégustateurs-experts sur leur précieux millésime.

Wine Services, experte de la distribution des vins

Et tous ces services ont un coût ! Sous la forme de différents packages, le producteur déboursa entre 5 500 et

12 500 € selon ses besoins. « Nous proposons ces offres en abonnement sur deux voire trois ans. A 95 % ils sont renouvelés », assure Caroline Meesemaecker. Enfin, pour mener à bien cette petite entreprise, Wine Services compte quatorze collaborateurs dans ses locaux bordelais répartis au sein de trois pôles d'activités : commercial, opération et direction technique. A ceux-ci s'ajoutent quatre personnes prestataires de services pour la partie informatique et six salariés basés à Madagascar pour la saisie des données et la réalisation des cartes interactives. Si aucun salarié n'est issu du monde viticole, tous possèdent une appétence certaine pour le vin et détiennent une formation en commerce. « Notre activité est florissante. Elle augmente de 20 % chaque année. Une croissance qui nous a permis d'embaucher quatre personnes en 2019 et qui crédibilise notre statut en tant qu'experts », conclut, optimiste, Caroline Meesemaecker.

Plus d'infos : <http://www.wine-services.com/>



Sybille Rousseau

Crédit Photo : BriceBraastad_EpisodeII

Publié sur aqui.fr le 10/03/2020

[Url de cet article](#)