

LA TULIPE

Latulipe.blog
23/10/2017



D'où vient iDealwine ?

L'entreprise a été créée par 3 cofondateurs dont **Lionel Cuenca** que nous avons pu interviewer. L'idée leur vient de leur ancien lieu de travail, la bourse, qui se trouve juste à côté de l'hôtel de vente Drouot*. En effet, ils y « achetaient du vin » nous confie Lionel. Il leur arrivait d'avoir du surplus qu'ils revendaient à des amis ou dans des salles de ventes en réalisant une marge. C'est de cette façon qu'ils se sont rendu compte du **potentiel des enchères de vin**.

*Leader des maisons de ventes aux enchères en France



Lionel décrit le marché du vin aux enchères comme « discret » et souhaite avec ses associés le faire connaître au grand public. Une belle opportunité de monter une entreprise en somme.

Comment expliquer le succès d'iDealwine depuis 2001 ?

« Il y a plusieurs éléments qui expliquent ce succès » nous confirme Monsieur Cuenca. Le premier facteur étant le fait de permettre aux gens « d'accéder à des vins auxquels ils n'avaient peut-être pas accès ou même pas idée de l'existence de leur mise en vente » (sous forme d'enchères).

Ensuite, l'entreprise de Lionel permet « l'achat (de vins) pour des personnes en France et à l'étranger » et donne à ses clients « un énorme pouvoir d'achat ». L'aspect logistique n'a pas été négligé chez iDealwine et ils ont su mettre l'accent sur « des outils de formation pour aider les gens à se déterminer dans leur acte d'achat ».

iDealwine a également mis au point une côte pour donner une idée aux acheteurs du prix du vin. Une « question à laquelle peu de gens répondaient (avant nous) » proclame Lionel. Cette côte se construit avec « le prix actuel du vin en référence aux différentes transactions qui ont pu avoir lieu dans les semaines, mois ou années précédentes » nous informe le cofondateur.

Qui achète du vin avec iDealwine ?

« À peu près 50% des acheteurs sont étrangers » annonce Monsieur Cuenca, « d'environ 55 pays dans le monde ». Selon lui, cette tendance résulte « des choix stratégiques » d'ouvrir un bureau à Hong-Kong et à Londres. En effet, les fondateurs ont misé sur la forte demande mondiale en vin et le grand nombre « d'amateurs de grands vins ».

Notre interviewé dit « avoir drainer une population mondiale sur une seule et même plateforme », le succès à l'international devrait continuer au fil des années.

D'où vient la clientèle internationale ?

« Beaucoup d'Asie » nous informe Lionel Cuenca, l'entreprise est présente depuis déjà 7 ans sur le marché asiatique avec son agence à Hong Kong. La clientèle vient majoritairement d'« Hong Kong, Singapour et du Japon ».



Les clients européens sont issus principalement d'Angleterre, d'Allemagne, d'Italie, de Belgique et des Pays-Bas. Les acheteurs africains se manifestent de façon « anecdotique » ajoute Monsieur Cuenca.

Comment les différents pays perçoivent la pratique des enchères en ligne ?

Le cofondateur nous explique qu'en Asie et en Chine, « c'est extrêmement bien perçu » et qu'il y a « un très fort appétit pour le vin ». Il ajoute ensuite que les enchères en ligne plaisent énormément car la population de ce continent « est tournée vers les nouvelles technologies ».

Puis, notre discussion s'oriente vers les pays anglo-saxons où les enchères sont vues comme une activité plus noble. En effet, en Europe continentale, les enchères sont souvent dépeintes comme la solution pour vendre « les choses dont on ne veut plus » annonce Lionel. « C'est culturel chez les anglo-saxons [...] c'est perçu de façon beaucoup plus positive et valorisante » dit-il.

Il ajoute que les enchères dans la culture latine « ne représentent pas quelque chose de contradictoire avec leurs principes ».

Notre interviewé nous confirme que « l'électronique a très largement contribué à démocratiser les enchères ».

Comment vont évoluer les enchères de vins dans le futur ?

« Positivement » répond d'emblée Lionel Cuenca. Le cofondateur nous informe que les « vins premiums et grands vins sont recherchés dans le monde entier », sa clientèle pour ce type de produit « représente aujourd'hui 50% » des demandes.

Toutefois, le vin reste sensible aux « aléas » du marché d'après Monsieur Cuenca. En effet, la crise des subprimes en 2008 avait « freiné l'activité de manière très forte ». L'entreprise a mis un an à récupérer le niveau antérieur au krach boursier.

De plus la plateforme serait un bon moyen pour monétiser des vins d'exception.

Nous sommes convaincus par le cofondateur lorsqu'il lance son argument choc : « la possibilité d'une surenchère » qui ne pourrait avoir lieu si la bouteille est vendue à prix fixe !

Pourquoi également pratiquer la vente à prix fixe si les enchères fonctionnent si bien ?

« La vente à prix fixe est venue en complément des ventes aux enchères » nous informe Lionel. L'idée vient d'un de leurs clients qui recevait chez lui des collègues de travail et ça lui aurait fait « un peu mal au cœur d'aller ouvrir une bouteille à plus de 100€ pour entendre son collègue dire – ah il est bien ton petit vin (ses collègues n'étant pas amateurs de vin) ». L'homme avait finalement décidé « d'aller dans un supermarché de son quartier acheter son vin qui s'est révélé être un bon vin à petit prix ». Notre interviewé avoue que « ça nous a mis la puce à l'oreille » pour mettre en place des ventes à prix fixe pour des vins moins coûteux que tous peuvent savourer. Cependant, pour Monsieur Cuenca, la vente à prix fixe n'est « qu'en complément pour couvrir un autre besoin chez l'amateur de vin » et l'ADN de la marque réside dans la vente aux enchères.

Quelles ont été les plus belles ventes aux enchères d'iDealwine ?

« Une très belle collection d'un amateur de vins luxembourgeois » dont iDealwine a fait expertiser les vins parmi laquelle a été vendue « bouteille de Romanée Conti pour un montant proche des 14 000 € » se remémore Lionel.



« Je me souviens aussi d'une caisse, ça on en a pas forcément tous les jours. C'était une caisse de Haut Brion 1945 de 12 bouteilles qui avait atteint les 30 000 euros, adjugée le 28 mai 2014 » ajoute notre interviewé.

Un conseil pour nos lecteurs désireux d'enchérir ?

« Je ne devrais pas le dire mais il ne faut pas se laisser emporter par le jeu de l'enchère qui mène à la surenchère, pour bien acheter, il faut toujours se fixer des limites ». Lionel ajoute que « fixer sa limite, c'est la clé pour ne pas être déçu lors d'une vente aux enchères ».

De plus, toutes les occasions ne sont pas bonnes à saisir. **Il vaut parfois mieux laisser passer ce qui nous semble être une opportunité**, plutôt que de surenchérir et le regretter plus tard.

Qu'est-ce qu'une belle enchère selon vous ?

Côté acheteur, « une belle enchère, c'est une enchère qui fait plaisir » assure le cofondateur. Les enchères procurent en effet un sentiment de satisfaction lorsqu'on les gagne. De plus, l'acheteur fixe lui-même le prix et peut ainsi faire une bonne affaire ! « C'est une histoire d'émotion [...] le sentiment d'avoir gagné quelque chose, c'est ce qui va constituer du point de vue de l'acheteur une belle enchère » conclut Lionel.

« Du point de vue du vendeur, c'est le fait de vendre le plus cher possible » ajoute Monsieur Cuenca.

Une dernière chose à partager ?

L'interview se termine sur cette élégante citation d'un propriétaire de domaine en Bourgogne « Le vin est d'inspiration cosmique, il a le goût de la matière du monde ; qui sait déguster ne boit plus jamais de vin mais goûte des secrets ».

Pour Lionel, le vin se dote d'une « dimension spirituelle passionnelle extrêmement forte qui n'est pas anodine ». Ce grand amateur pense « qu'il y a quelque chose d'absolument magique quand vous ouvrez une bouteille dont le contenu est une matière vivante qui est resté dans un flacon qui a connu le passé ».

« *Le vin a le goût de la matière du monde, il vient de la terre, de l'homme et de soi – Lionel Cuenca* »