

GRAND ANGLE

20

ENTRETIEN

ANGÉLIQUE DE LENCQUESAING
DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE DE IDEALWINE

« Le vin rapporte plus que les entreprises du CAC 40 »

UN POIDS LOURD DES ENCHÈRES

Cofondatrice de la plate-forme digitale, Angélique de Lencquesaing intervient régulièrement sur BFM Business et fait partie du comité de rédaction de la Revue du Vin de France. Sur un marché mondial des enchères de grands vins estimé à 50 millions d'euros, iDealwine se place en seconde position avec un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros réalisé en 2017 pour un volume de 110 000 cols.



PROPOS
REQUEILLIS PAR
FRÉDÉRIC GUYARD

Vous suivez depuis plus de 15 ans les ventes aux enchères des grands crus. Quel regard portez-vous sur l'évolution des vins de prestige dans le monde ?

A. de.L. Le cercle des amateurs de grands vins à l'échelle de la planète ne cesse de s'agrandir. Il s'agit d'un produit culturel qui est un marqueur social et sociétal dans l'univers du luxe. C'est un élément d'art de vivre. Ce constat est flagrant en Asie et plus particulièrement en Chine où la quête de différenciation est très importante. Comment faire pour acheter la bouteille que mon voisin n'a pas ? Et dès que je la possède, je le fais savoir à travers les réseaux sociaux. L'information circule alors très vite dans le monde entier et permet de toucher les « influenceurs » les plus connus. Le phénomène ne fait que prendre de l'importance.

Dans ce contexte, il semble que le vin soit toujours un bon placement ?

A. de.L. Je réfute ce terme car sa dimension financière n'est pas de bon conseil. La passion et l'émotion permettent davantage de réaliser des plus-values. Car il est indéniable que le marché des grands vins rapporte plus que la bourse. Sur les 10 dernières années, la cote des vins que nous tenons à jour montre que les crus classés surperforment par rapport aux entreprises du CAC 40. L'exemple des 2005 est frappant avec des châteaux qui ont vu leur prix doubler entre leur sortie en primeur et leur valeur actuelle.

Quelle place occupe aujourd'hui Bordeaux dans les vins de prestige ?

A. de.L. Sur notre plate-forme d'enchères, les crus bordelais représentent en 2017 un peu moins de 50 % des ventes. Ils restent en tête mais leur part diminue chaque année au profit notamment de la Bourgogne qui s'arroge un tiers du business. Le Rhône reste étalé mais très prisé sur ses appellations de prestige. Suivent la Loire, le Jura ou le Beaujolais qui sont notamment portés par le phénomène des vins nature, très prisés des amateurs.

Quelles sont les grands crus bordelais les plus demandés lors des ventes aux enchères ?

A. de.L. Le Top 20 des châteaux dans les ventes que nous orchestrions respecte fidèlement les classements. Après Petrus, hors concours, se

positionnent les premiers du Médoc suivis de Haut-Brion et d'Yquem. L'engouement autour de Lafite-Rothschild, premier et Carruades compris, reste très important en Asie.

Tout ce que vous nous dites n'est pas de nature à freiner l'inflation constante des grands crus de Bordeaux ?

A. de.L. Leur reconnaissance à l'international est telle, de même que le niveau d'excellence atteint, que la tentation est grande de vouloir inscrire ces vins dans une stratégie de luxe, dont le prix est une composante. Attention toutefois car cette stratégie ne s'inscrit pas dans la durée face à des acheteurs qui sont très attentifs à la valeur des vins. Pour le même prix, ils peuvent s'offrir plusieurs bouteilles qui vont leur permettre de se singulariser. Dans le monde du luxe, les marques sont attentives à l'idée de proposer à leurs clients des produits portant la marque, mais encore accessibles. Une stratégie que l'on retrouve avec la déclinaison des seconds vins. Il est nécessaire de conserver dans l'offre une forme d'attractivité pour faire entrer l'amateur dans l'univers du domaine. J'ai parfois le sentiment que Bordeaux est en train de passer à côté de la nouvelle génération d'amateurs de grands vins.

Vous pouvez préciser ?

A. de.L. Le vin et l'homme sont intimement liés et les grands crus de la rive gauche ont parfois tendance à l'oublier. Les « influenceurs » parlent beaucoup de la Bourgogne parce qu'ils ont l'image du vigneron qui sort de sa cave avec les mains sales. Ce n'est pas le cas à Bordeaux à l'exception des vins de Bernard Magrez ou de Hubert de Bouard. Les maisons de Champagne, qui connaissent le même le problème, ont placé leurs chefs de cave sous le feu des projecteurs, pour qu'ils incarnent l'âme de la maison. Ce besoin de personnalisation est essentiel.

Quel avenir prédiriez-vous au millésime 2017 ?

A. de.L. Il a l'inconvénient d'arriver après deux très belles années, 2015 et 2016, qui ont fait beaucoup de bien à l'image de Bordeaux. Le 2017 ne pourra pas s'inscrire dans la même dynamique. En revanche, il peut être l'occasion pour des châteaux moins prestigieux de se positionner. Je pense notamment aux crus bourgeois qui ont une vraie carte à jouer.