

INTERVIEW : ANGÉLIQUE DE LENCQUESAING

Par Gabrielle Vizzavona

IMAGINER L'APRÈS - ANGÉLIQUE DE LENCQUESAING, DIRECTRICE GÉNÉRALE D'IDEALWINE, SITE LEADER DES VENTES AUX ENCHÈRES DE VINS



« NOUS AVONS VOULU RESTER SOLIDAIRES AVEC LES VIGNERONS PARTENAIRES »

Angélique de Lencquesaing co-fonde iDealwine en 2000 et en assure la direction générale. Avec ses partenaires, rencontrés à la Bourse de Paris – Cyrille Jomand (président) et Lionel Cuenca (co-directeur général) – elle a propulsé le site premier acteur des ventes aux enchères de vin en volume et en valeur en France (avec 17,6 millions d'euros de ventes soit 37 % de parts de marché) et co-leader mondial. Une base de données composée de 3 600 000 cotes d'une grande variété de références permet au site une analyse très fine des tendances de marché et de la popularité fluctuante des domaines. Les conclusions majeures de ces observations sont chaque année réunies dans le « Baromètre iDealwine des ventes aux enchères »*.

Pouvez-vous nous expliquer les différentes activités d'iDealwine ?

Nous avons deux activités : l'enchère de vins qui représente 75 % de nos revenus et la vente directe issue des allocations obtenues auprès de 550 domaines partenaires et de rachats de caves particulières. En 2019, nous avons organisé 42 enchères pour un total de 169 000 bouteilles acquises au prix moyen de 126 euros. La vente directe a quant à elle représenté 115 890 bouteilles achetées au prix moyen de 53 euros. Nos ventes en ligne démarrent à moins de 10 euros la bouteille, mais les prix grimpent vite, car nous proposons de vieux millésimes. Compte tenu de la qualité des vins que nous proposons sur notre plateforme, celle-ci tend à s'internationaliser. Désormais, une bouteille sur deux est vendue à l'étranger à destination d'une soixantaine de pays. Nous avons ouvert un bureau à Hong-kong et prévoyons d'en ouvrir un prochainement à New York.

Comment vos ventes se sont-elles portées pendant la crise ?

La partie enchères tout comme l'expertise préalable qu'elle requiert ont dû être stoppées un temps, car nous n'avions plus la possibilité d'accueillir nos clients ni d'aller chercher les caves que les particuliers souhaitaient proposer aux enchères. Cela a été compensé par la vente directe, qui a progressé de 64 % en valeur et 75 % en volume. Plus de 4000 nouveaux clients ont commandé sur iDealwine pendant cette période. Les gens avaient du temps et la situation était tellement anxiogène qu'ils avaient envie de se faire plaisir. La vie ne s'arrête jamais complètement et les clients ont continué à commander. Nous avons aussi voulu rester solidaires avec les vigneron partenaires qui rencontraient des conditions difficiles n'ayant plus de débouchés en CHR. Au début, cela a été très compliqué, nous avons eu de gros problèmes de livraison. Nous avons malgré tout maintenu nos commandes et en avons engagé d'autres, étant convaincus que nous allions trouver le système. C'est important de soutenir notre vignoble.

Et en ce qui concerne les enchères ?

La partie vente aux enchères a enregistré moins de ventes que l'année passée (19 au lieu de 21), mais le taux d'exécution a beaucoup progressé. Les consommateurs étaient plus agressifs pour remporter les lots et la totalité des caves était écoulee en une seule vente (contre 2 à 3 habituellement). Dans le palmarès, une bouteille de Romanée Conti 2009 a été vendue 16 578 euros et un assortiment 2009 de la DRC (Domaine de la Romanée Conti) est parti pour 46 910 euros...

Cette période a-t-elle engendré des idées que vous allez conserver ?

Cela a validé notre stratégie initiale qui est de nous ouvrir aux réseaux sociaux. Il est essentiel d'humaniser notre présence sur le web. Notre équipe est composée de 45 passionnés et nous ne pouvons pas vendre un produit comme le vin de façon désincarnée. Nous avons voulu renforcer la proximité avec nos clients. Le digital nous permet de dépasser la contrainte géographique et de proposer un échange entre nos clients et les vigneron. Nous avons tiré parti des réseaux sociaux en entamant des lives Instagram avec certains domaines partenaires et organisé une première e-dégustation via zoom pour les membres de notre club. Nous avons ressenti que les clients avaient besoin que nous communiquions avec eux au maximum pour expliquer comment nous nous organisons.

Comment vos activités ont-elles redémarré après le déconfinement ?

Depuis le déconfinement nous pouvons à nouveau accueillir les clients et aller quérir les caves. L'activité a redémarré avec un flux très important de demandes de ventes, car nombreux sont ceux qui ont besoin de trésorerie. À l'export, nos plus grosses zones – Hong-kong suivi par l'Angleterre – sont les plus compliquées en ce moment. Heureusement, les pays européens sont extrêmement dynamiques et certains d'entre eux montrent un très fort potentiel.

<http://www.idealwine.com>

* Baromètre iDealwine des ventes aux enchères : prix de vente de l'étude de 134 pages : 95 euros