

Les belles récoltes d'Internet

Le phénomène des ventes privées

Autre concurrence, plusieurs offres alternatives ne cessent de se développer. En premier lieu, le phénomène des ventes privées s'est emparé du marché du vin, à l'image d'1jour1vin, (1,5 million d'euros de chiffre d'affaires en 2008), de ventealapropriete (1,7 million en 2008) ou de Caveprivée (3,1 millions en 2010). Autant de sites qui fonctionnent selon un même modèle (lire l'encadré). On assiste par ailleurs à l'émergence de nouveaux acteurs, qui se concentrent sur des marchés de niches, misant souvent sur l'expertise ou l'hyper spécialisation. Parmi cette offre naissante, signalons petitecaves.com, un site surfant sur la récente tendance des vins naturels ; midi-vin.com, qui ne commercialise que des vins du Languedoc-Roussillon ; vinsdumonde.com, récemment repris en main par Lavinia, spécialisé dans les vins étrangers ; ou encore la Vinothèque de Bordeaux (www.vinothèque-bordeaux.com), l'émanation sur la Toile de l'un des plus célèbres cavistes bordelais, lui-même détenu par un des très gros négociants de la place. Ces boutiques en ligne s'adressent davantage aux amateurs passionnés et proposent à leurs clients un discours proche de celui d'un caviste traditionnel. Malgré sa taille imposante, Lavinia compte parmi celles-ci. « Nous réalisons 50 % de notre chiffre d'affaires avec les 7 000 adhérents de notre club », se réjouit Yannick Brancherau.

Un peu à part, la société Idealwine (www.idealwine.com) incarne, elle, les ventes aux enchères en ligne. C'est en quelques sorte l'anti-Ebay : sur ce site, les ventes se déroulent dans les règles de l'art, avec un commissaire-priseur, qui garantit l'authenticité des vins et le bon déroulement des opérations. « Nous représentons nos clients dans la plupart des salles de ventes en Europe », explique Angélique de Lencquesaing, l'un des trois fondateurs du site. Vous êtes ainsi sûr de savoir en temps réel quels vins sont mis aux enchères et d'avoir quelqu'un sur place qui relaie vos ordres. Cette spécialisation n'empêche pas iDealwine de proposer, une fois tous les quinze jours, une vente plus classique, sur le modèle des ventes privées, avec une sélection de domaine de qualité. »

Qui de ces différents sites survivra au mouvement de concentration qui commence à s'opérer ? L'histoire récente montre que pour se développer et acquérir une notoriété suffisante, les actionnaires doivent consentir de lourds investissements. ChateauOnline a été le premier poids lourd à subir la loi du marché. D'autres suivront inévitablement le même chemin et finiront, au mieux, par se faire racheter, sinon par disparaître purement et simplement. Un grand chambardement nécessaire pour faire de la vente de vin sur Internet un secteur viable. **Philippe Bussang**

- (1) Baromètre e-commerce de l'Association de l'économie numérique
- (2) Etude e-Performance Barometer (à paraître en juin)