

Menu



Menu



S'ABONNER

SE CONNECTER

VITIJOB | INTERVIGNES | VINICONNECT | HUBWINE | VINDEXER

MillésimeBIO


1^{ER} SALON 100% DIGITAL
 VINS ET AUTRES BOISSONS ALCOOLISÉES BIO

 COMMERCE / ECONOMIE | CONJONCTURE | MARKETING | DISTRIBUTION | OENOTOU-
 RISME


Distribution

Le concept de caviste-ambulant pour conquérir les marchés

Lundi 01 avril 2019 par Juliette Cassagnes



Lire plus tard

Commenter

Imprimer


Rachal Delahaye reçoit beaucoup de demandes de marchés pour venir y vendre ses vins - crédit photo : R Delahaye

Rachel Delahaye, entrepreneuse passionnée de vins, souhaite développer un réseau de cavistes ambulants grâce à des camions qui sillonneront les marchés.

Information : En poursuivant votre navigation vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur.

J'ACCEPTÉ

EN SAVOIR PLUS

Depuis deux ans-et-demi, Rachel Delahaye installe son « camion » baptisé « *Les pépites de Rachel* » sur les marchés d'Ile-de-France. Dans son véhicule se trouvent des vins de « *terroir* », qu'elle a soigneusement sélectionnés auprès de vignerons, et qu'elle vend sur les marchés: « *Les clients viennent me voir avec les produits qu'ils ont acheté sur le marché; je les conseille donc en direct sur les accords mets-vins* », témoigne celle-ci.

"Un réseau de cavistes ambulants"

Ce concept de « *caviste ambulant* » fonctionne plutôt bien, au point qu'elle souhaite maintenant l'étendre à d'autres régions, en Bretagne-Normandie et dans l'Est notamment. « *Il y a très peu de vins à vendre sur les marchés, cela manque et j'ai pas mal de demandes* », argumente t-elle. Pour ce faire, l'entrepreneuse souhaite créer un véritable réseau et tente donc, depuis 1 mois, de recruter de nouveaux vendeurs. « *Je cherche des personnes qui aiment le vin et raconter des histoires autour, des personnes engagées, avec l'envie de développer leur commerce* », précise Rachel Delahaye.

Un camion privatisable en wine-bar

Les futurs cavistes doivent se procurer leur propre véhicule, une camionnette du type « Renault master », et s'acquitter qu'un « *ticket d'entrée* » d'une valeur de 40000 euros. Cela leur donne droit à l'utilisation de la marque, l'aménagement et la décoration de leur véhicule, et « *tout un accompagnement pour réussir dans leur entreprise* » : aide aux choix des marchés et des emplacements, partie administrative, formation à la technique de vente, communication via notamment les réseaux sociaux, etc. Les impré-trants bénéficient, par ailleurs, dans leur contrat d'une exclusivité sur la zone et les villes, pré-définies ensemble.

Chaque caviste achète ensuite ses vins parmi la centaine de références sélectionnées par l'entrepreneuse, et doit ensuite les revendre. Selon celle-ci, l'activité et le taux de marge sont « *suffisants pour rentabiliser en un an l'investissement de départ* ». Les prix de vente finaux des vins se situeraient entre 8 et 24€ et le nombre de jours de travail d'environ 4 ou 5.

Autre moyen d'améliorer la rentabilité : le camion peut aussi être privatisé et se transformer en bar à vins, dans le cadre d'événements privés ou organisés par des municipalités.

Rachel Delahaye va elle-même investir prochainement dans 2 camions supplémentaires. D'ici 2021, elle espère atteindre une "flotte" d'une dizaine de camions. « *Je veux y aller progressivement, je suis dans une démarche qualitative* », précise- t-elle.

A LIRE AUSSI

CRÉER UN RÉFLEXE D'ACHAT

Le vrai défi des cavistes pour fidéliser les consommateurs

PEU D'EFFET GILET JAUNE

Baisse des ventes de fin d'année des cavistes à relativiser