

12BOUTEILLES

LES NOUVEAUX NÉGOCIANTS

Brigitte CARRET et Nicolas CAPEYRON,
cofondateurs de 12bouteilles



LE CONFINEMENT À PROVOQUÉ UNE EXPLOSION DES VENTES DU CAVISTE VIRTUEL 12BOUTEILLES, CRÉÉ PAR L'ACHETEUSE DE PRIMEURS ET GRANDS CRUS CLASSÉS BRIGITTE CARRET ET LE NÉGOCIANT EN VINS NICOLAS CAPEYRON. SON SECRET : PROPOSER UNE GAMME DE 2 500 VINS « PRÊTS-À-BOIRE », DANS L'AIR DU TEMPS.

Par Jennifer WUNSCH

à l'année dernière. Un effet confinement qui s'est traduit, « après un arrêt brutal, par une explosion des ventes, avec jusqu'à 600 bouteilles commandées par jour. Nous avons eu beaucoup de nouveaux clients, qu'on a gardés par la suite », se félicite Nicolas Capeyron, qui confie, tout comme sa partenaire, avoir terminé la période proche de l'épuisement.

Le duo qui a créé le caviste en ligne 12bouteilles est si complémentaire qu'il avait tout pour réussir. Brigitte Carret, avocate pendant plus de 10 ans, puis acheteuse de primeurs et grands crus classés pendant une quinzaine d'années, et Nicolas Capeyron, négociant en vins de Bordeaux depuis 30 ans, ont lancé leur site de vente en ligne en 2014 avec l'idée « qu'un grand vin n'est pas forcément un vin cher », répète l'entrepreneuse comme un mantra. Six ans plus tard, leur société compte 4 salariés, 2 500 références, dont 70 % de vins de Bordeaux, mais aussi du Rhône, de Bourgogne, les principaux étrangers, et du champagne, et enregistre une croissance de 60 % du chiffre d'affaires depuis le début de l'année 2020 par rapport

SOMMELIER-CONSEIL

Si 12bouteilles a rencontré un tel succès, c'est parce que dès le départ, Brigitte Carret a souhaité vendre des bouteilles à l'unité, et ne proposer « que du prêt-à-boire, des vins festifs, équilibrés, fruités, soyeux. C'est ce que j'aime, et c'est exactement ce que voulaient les gens. C'est totalement dans l'air du temps, d'où notre succès », estime-t-elle.

Elle a d'ailleurs goûté et décrit chacun des vins proposés sur le site avec Nicolas Capeyron, ravi par « le 6^e sens » de son associée, lui qui apprécie plutôt les vieux millésimes. Tous deux font en sorte de n'avoir dans leur catalogue que des vins recherchés sur Google, et de soigner leur

référencement : « notre métier, c'est de répondre à un acheteur lorsqu'il fait une recherche sur Internet. Nous ne proposons donc que des références très demandées », précise Nicolas Capeyron. 20 % des ventes sont quant à elles réalisées après une prise de conseil par téléphone. Accords mets et vins, millésimes... C'est le petit plus de 12bouteilles : Thomas Capeyron, le fils de Nicolas, « tombé dans le vin quand il était petit », continuellement formé par Brigitte Carret qui organise des dégustations, endosse le rôle de sommelier-conseil. Afin de répondre à la saisonnalité des ventes de vin (les primeurs en juin, les champagnes et rosés l'été, les foires aux vins en octobre, les cadeaux en fin d'année, etc.), 12bouteilles travaille également son marketing, et envoie régulièrement des offres ciblées à son confortable matelas de 5 000 clients, ainsi qu'aux 40 000 abonnés de ses newsletters.

Brigitte Carret avait d'abord imaginé son site pour les femmes, mais « il s'avère que les acheteurs de vin sur Internet sont principalement des hommes, des connaisseurs, dont le panier moyen s'élève à 400 euros », note Nicolas Capeyron. C'est l'une des nombreuses choses que 12bouteilles a découvert durant ses 6 années d'existence. « Nous continuons d'apprendre en permanence, on s'améliore au fur et à mesure », affirme Brigitte Carret. La jeune entreprise, qui dispose de deux entrepôts de stockage à Bordeaux-Nord et d'un bureau avec espace de stockage dans le centre-ville de Bordeaux, a encore de nombreux projets. Dans l'immédiat, elle va notamment « élargir la gamme des vins proposés », et mettre à jour son logiciel de e-commerce, pour la 4^e fois en 6 ans, et ainsi continuer sur sa lancée.

12BOUTEILLES EN CHIFFRES

Année de création : 2014	Effectifs : 4 personnes
Nombre de clients : 5 000	36 % des clients passent plus de 3 commandes par an
	Nombre de références : environ 2 500 CA : NC

Croissance de CA 1^{er} semestre 2020 : + 60 %



WINE SERVICES ET WINE DECIDERS RENFORCENT LEUR PARTENARIAT

Le spécialiste de l'analyse de données à des fins marketing et commerciales destiné aux châteaux, Wine Services, et le e-comparateur de prix, stocks et notes, Wine Deciders, s'associent pour aider les propriétés viticoles à analyser leur distribution en ligne dans le monde entier. « Nous offrons à nos clients un véritable œil sur le monde ; en leur donnant un accès le plus rapide et fiable possible à leur présence et leur notoriété, que ce soit sur le terrain via les restaurants et cavistes, mais aussi en ligne grâce à ce partenariat avec Wine Deciders. Les données sont vérifiées et analysées pour permettre aux propriétaires d'orienter leur stratégie commerciale », précise Caroline Meesemaeker, directrice générale associée de Wine Services dans un communiqué. Alors que les ventes de vin en ligne explosent depuis le confinement, Wine Services lance une nouvelle offre premium donnant ainsi accès à la base de données la plus complète concernant les principaux sites mondiaux de e-commerce de vin.