

DISTRIBUTION

MAISON AEGERTER, Nuits-Saint-Georges
LE DUTY FREE, CARTE POSTALE DE LA FRANCE

35% de son chiffre d'affaires est fait en duty free! Paul Aegerter de la maison Aegerter à Nuits-Saint-Georges, a grandi avec ce marché porteur dont il connaît les ficelles et le réseau.

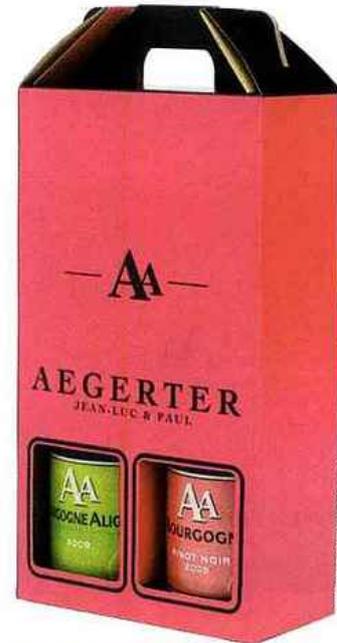


Les vins de Bourgogne ne s'intéressent qu'aux connaisseurs ou passionnés!, s'exclame Paul Aegerter, co-fondateur de WineNot¹, la start-up de distribution des vins de la maison Aegerter². Or, les gens ont besoin de découvrir les vins de cette région. Et notamment à l'international, qui est un marché gigantesque ». Depuis 1988, la Maison Jean-Luc et Paul Aegerter s'est donné pour mission de faire découvrir les terroirs de Bourgogne. Ils se positionnent comme l'intermédiaire entre le petit vigneron et les gros faiseurs du vin type Castel, avec pour spécialité initiale les CHR. Avec leurs vins vinifiés dans le respect des terroirs, en culture raisonnée, la maison Aegerter garde la tradition de la Bourgogne et amène une pointe de créativité, avec une gamme de vin proposée à la vente qui va des vins du domaine en pleine propriété, le faire-valoir de l'entreprise, à d'autres vins plus abordables. Par exemple, le rosé AOP côtes-de-provence « Les jolies filles », dont 500 000 bouteilles sont vendues dans le monde en CHR, travel retail et export, avec un marketing sympa, facilement compréhensible, fédérateur et un brin racoleur. Présent dans une cinquan-

taine de pays à l'international, la maison Aegerter s'est positionnée il y a quinze ans sur le marché du duty free ou travel Retail, sur le sol français mais aussi en Suisse, Belgique, Suède, Turquie, en Afrique, Île Maurice, Brésil, Uruguay, etc. et démarre en Asie. Paul Aegerter avait alors fait la connaissance de Philippe Lanusse, responsable achats vins et alcools chez Aelia (groupe Lagardère) qui cherchait à faire évoluer sa gamme de vins. Paul Aegerter le constate humblement : « C'est un ensemble de petits pas et de rencontres qui m'ont permis d'évoluer dans ce milieu du travel retail qui est passionnant ».

35% DU CHIFFRE EN TRAVEL RETAIL

Autodidacte, Paul Aegerter a tout appris sur le terrain, en écoutant beaucoup, et en grandissant avec ce marché du duty free dans lequel il croyait fermement! Aujourd'hui, Aegerter fait 45 % de ses ventes dans le circuit traditionnel CHR en France, 20 % à l'export et 35 % en Travel Retail. Pour ce vigneron entrepreneur, le travel retail est un marché à part, en zone internationale. « Les produits de luxe français s'y taillent une part de lion: Dior, Chanel... et les vins de Bourgogne. Le duty free représente une chance extraordinaire de visibilité pour nos produits! C'est une carte postale de

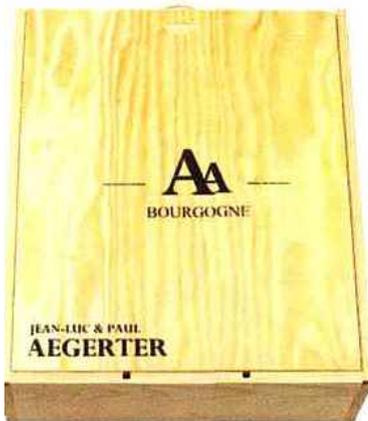


PHOTOS: MAISON AEGERTER

Une attention particulière est portée au packaging en duty free. Les coffrets cadeaux fonctionnent bien sur ce marché.

Animations, formations, mises en avant... Les ventes en travel retail s'accompagnent !





la France! », claironne-t-il avec enthousiasme. Le travel retail est un marché porteur qui a un bel avenir. Les gens voyagent, les frontières sont ouvertes. L'avion ouvre aussi l'esprit! Dans leurs habitudes de voyage les gens se disent « j'achèterai en duty free, ce sera pratique, pour ne pas courir en arrivant ». À cela s'ajoutent les contrôles de sécurité. Emmener du vin en soute s'avère souvent compliqué et le passage en douane pas toujours simple, ce qui favorise l'achat de vins en duty free.

LE TRAVEL RETAIL, UN RETAIL STORE DE LUXE

« Sur ce marché de luxe, les médailles ne font pas vendre. C'est plutôt le style de vin et son packaging », témoigne ce « wine-trotter ». Les vins que nous

Une sélection de best sellers en duty free de la maison Aegerter.



FOCUS

TFWA : le Salon du duty free

TFWA (Tax Free World Exhibition)¹ est le rendez-vous annuel international pour l'industrie du duty free. Cet événement qui réunit plus de 3000 marques prestigieuses et notamment plus de 6000 visiteurs l'an passé, se tiendra du 1^{er} au 6 octobre 2017 à Cannes en France. Ces visiteurs acheteurs et décisionnaires d'aéroports, de compagnies aériennes ou de ferries, proviennent essentiellement de l'Europe mais de plus en plus de l'Asie et du Moyen-Orient. Un programme de conférences et d'ateliers est proposé.

• TFWA existe aussi en Asie, à Singapour, et se tiendra du 7 au 11 mai 2017. Les inscriptions sont ouvertes jusqu'au 6 avril 2017.

• TFWA a organisé cette année le 1^{er} Salon du duty free en Chine qui s'est déroulé du 7 au 9 mars 2017 à Guangzhou.

(1) www.TFWA.com

vendons le plus sont nos grands vins de Bourgogne, très haut de gamme. Les coffrets cadeaux aussi. Le marché du duty free, avec son réseau de distribution dédié, n'a pas de législation spécifique applicable. Par exemple, l'étiquetage des vins n'a pas de mentions spéciales. Les vins voyagent sous DAE³, duty free. À noter que ce terme de duty free ne signifie pas pour autant que les produits ne sont pas taxés! Dans le calcul des coûts et prix de vente des vins, il faut tenir en compte notamment de la taxe aéroport reversée aux chambres de commerce et d'Industrie (frais de location des murs, d'eau, d'électricité, etc.). C'est un marché de communication où les budgets marketing peuvent être stratosphériques, prévient le vigneron.

Des sociétés d'animation de merchandising telles que Part&ma sont quasiment incontournables. Travailler dans le travel retail c'est aussi animer, former les forces de vente de ces magasins, pour rendre le consommateur heureux de son achat, rassuré et valorisé dans ses choix.

Paul Aegerter travaille entre autres avec le « France Boisson » du duty free : Overseas trading.

Basée en Belgique, cette plateforme d'achat rassemble tous les fournisseurs et livre les multistores dans les aéroports du monde entier. De plus, le Salon TFWA, le Salon du duty free, est un événement à ne pas louper auquel il participe chaque année.

À noter : Paul Aegerter recherche actuellement



Autodidacte, Paul Aegerter a su développer son entreprise de distribution de vin WineNot notamment grâce au duty free, qui représente 35 % de son chiffre d'affaires.

MINI CV

Paul Aegerter, un vigneron « serial » entrepreneur

Après un bac scientifique mention rattrapage, Paul Aegerter divorce rapidement avec les études. Il passe d'abord par le négoce automobile, avant de rejoindre son père Jean-Luc Aegerter et l'entreprise familiale en tant que VRP indépendant, payé à la commission. Paul parle anglais couramment mais il parle surtout la langue du pinot noir, du chardonnay, du rosé et du nuits-saint-georges (autant de mots qui se disent aussi bien en français qu'en anglais!) Il va alors développer plusieurs entreprises. Avec son associé David Colliot, ils créent David et Paul Artisans Cavistes (DPAC) avec quatre magasins-cavistes (dont un nouveau à Paris qui devrait ouvrir prochainement). Cette activité lui permet notamment de goûter de nombreux vins très différents, et de mieux comprendre où se situent ses propres vins face à la concurrence. Leur société WineNot distribue depuis 2009 les vins de la SCEA Aegerter. Cette SCEA produit des vins sur

7 hectares en propres sur Nuits-Saint-Georges, Savigny et Chorey, ainsi que 43 ha en fermage. Des achats de raisins avec cahier des charges viennent compléter le sourcing. Paul gère aussi une petite société de négoce, Juliette Amat, qui lui permet de sourcer des vins de la vallée du Rhône et ainsi élargir son offre de vin. Il vient de lancer une société de distribution de vin dédiée au marché asiatique, basée à Hong Kong. Il anime une force de vente d'une cinquantaine d'agents. L'ensemble de ces activités totalise un chiffre de 8,9 millions d'euros (2010 : 4,5 millions). À 37 ans, Paul Aegerter se décrit comme un créateur de marché et un marchand de bonheur. Un « serial » entrepreneur né commerçant, qui, au fur et à mesure des besoins de l'entreprise, est également devenu éleveur, viticulteur, gestionnaire de projets, manager, etc. Avec, pour moteur, l'école de la vie, et surtout, la passion des vins !

des vins de Savoie, pour répondre à une demande des aéroports locaux. De plus, il réfléchit à ouvrir son savoir-faire à d'autres vigneronnes dont il pourrait accompagner les ventes

en travel retail, car il en connaît toutes les ficelles et le réseau. Un moyen pour lui d'agrandir sa gamme et une opportunité pour de petits vigneronnes d'accéder à ce marché du duty free,

autrement inabordable pour eux.

Audrey Domenach

(1) winenotparis.com.

(2) www.aegerter.fr.

(3) Document administratif électronique.