

Le e-commerce facile avec restonsenvigne.fr

Née il y a deux ans, la plate-forme restonsenvigne.fr veut rassurer les vignerons déboussolés par le commerce en ligne. À Vinay dans la Marne, le champagne Lecomte Père & Fils a choisi de déléguer sa boutique numérique.

Chaque marchand inscrit sur le site est libre de mettre en place ses propres conditions de vente



Quel vigneron n'a jamais pesté contre la complexité du e-commerce ? Dans un contexte d'ubérisation et d'explosion des réseaux sociaux, la vente en ligne évolue. Et cela concerne aussi les producteurs de vin, toutes familles confondues. Si les plus audacieux conçoivent leur boutique numérique selon une recette maison, de nombreux viticulteurs n'ont ni le temps, ni les moyens d'exercer ce métier à part entière. Partant de ce constat, Amaury Bonnet-Eymard a fondé le site restonsenvigne.fr. « *De plus, on se rend compte bien souvent qu'il n'existe pas de moyen simple pour recommander des bouteilles de vins que nous avons appréciées et achetées directement au domaine,* explique l'entrepreneur. *Mes missions consistent à apporter des outils permettant de mettre en relation les producteurs et leurs clients, afin qu'ils puissent communiquer, acheter et vendre simplement.* » En somme, il s'agit « *d'être la petite main du vigneron* », tout en stimulant le taux de rachat des clients.

Un panier moyen de 415 euros par achat en ligne

Mais l'ambition d'Amaury Bonnet-Eymard ne s'arrête pas là, puisqu'il souhaite s'imposer comme le « LinkedIn du vin » (ndlr : par comparaison avec le réseau social destiné au monde professionnel),

pour permettre aux œnophiles avertis d'être connectés à leurs vignerons préférés, d'acheter auprès d'eux toute l'année, et de recevoir de l'information qualifiée. Deux ans et demi après sa mise en ligne, cette plate-forme de vente recense 60 producteurs, et a permis de vendre 150 000 € de vins, avec un panier moyen de 415 € et de 24 bouteilles, souvent constitué de trois ou quatre vins différents. Parmi les vignerons fidèles au site figure le champagne Lecomte Père & Fils, à Vinay, dans la Marne. Depuis 1992, Dosythée Lecomte tient l'exploitation familiale avec son épouse Ghislaine, désormais accompagnés par leurs deux fils, Jérémy et Frédéric. Pour cette exploitation viticole née en 1859, restonsenvigne.fr constitue le seul canal de vente en ligne. Le domaine disposait auparavant d'un site d'e-commerce « classique », mais n'en était pas satisfait. Lorsque le père du fondateur de la plate-forme, client régulier du champagne Lecomte, a évoqué le projet de son fils, les vignerons de Vinay ont vu une belle occasion d'améliorer leur présence en ligne. Et les redoutables contraintes de gestion, qui ont causé l'extinction de leur plate-forme web précédente, sont désormais déléguées.

Ainsi, début octobre 2016, les Lecomte se lancent dans cette folle aventure, alors que restonsenvigne.

fr venait de souffler sa première demi-bougie. Un an plus tard, 36 commandes, au panier moyen de 24 bouteilles, ont permis de générer 16 000 € de chiffre d'affaires. La deuxième année, ce sont près de 30 000 € de ventes qui ont été réalisées à travers 62 transactions, pour atteindre à ce jour 50 000 € en 24 mois de commercialisation. Le champagne Lecomte (unique représentant de la région actuellement) figure parmi les cinq meilleurs domaines du site restonsenvigne.fr, avec 616 clients. Ces derniers, parfois installés à l'étranger, affichent des profils variés, offrant une amplitude dans leurs paniers de plusieurs milliers d'euros. « *On observe l'arrivée d'une nouvelle clientèle grâce à ce site, mais ce n'est pas non plus l'explosion* », tient à relativiser Ghislaine Lecomte.

Une plate-forme réactive et au service du vigneron

Au-delà des chiffres, ce qui satisfait la famille champenoise, c'est la simplicité de l'outil. Pour quelque 200 € par mois, la plate-forme prend en charge la gestion des commandes, du fichier clientèle (avec la possibilité pour le producteur d'importer ses données existantes), et la mise en ligne des actualités des producteurs. La plate-forme assure également la mise à jour du bon de commande en temps réel selon les instructions du vigneron :



**JÉRÉMY LECOMTE**

n'a plus à se soucier des ventes en ligne et peut consacrer plus de temps au caveau. Le site restonsenvigne.fr gère pour lui la complexité du e-commerce.



changements de prix, de millésimes, disponibilité des vins, etc. À la différence d'autres plates-formes de commerce en ligne, restonsenvigne.fr a choisi de se passer des commissions sur les commandes. C'est aussi cette formule d'abonnement sans charge supplémentaire qui a séduit les Lecomte. Avec leurs ventes actuelles, l'investissement est largement rentabilisé, puisqu'il leur suffit d'écouler un peu plus de 150 bouteilles de Brut Tradition pour financer un an de service. À ce sujet, Amaury Bonnet-Eymard précise que l'offre tarifaire débute à hauteur de 59 € mensuels, pour des vigneronnais enregistrant un maxi-

mum de 5 000 € de commandes par an. « Cela s'explique par la variabilité des transactions bancaires et des frais qu'elles occasionnent », éclaircit l'entrepreneur. Ce dernier poursuit : « quel que soit le montant de l'abonnement mensuel, chaque utilisateur dispose des mêmes fonctionnalités, telles que l'historique des commandes passées à travers le site, l'importation et la gestion des fichiers clients avec la possibilité d'accorder des remises ponctuelles ou permanentes... ». L'ajout d'autres fonctionnalités est à l'étude : des méthodes supplémentaires pour catégoriser les acheteurs (région, famille, etc.) pourraient faire leur apparition prochainement.

Le bon de commande donne la certitude d'être payé

Le maître-mot de la plate-forme, outre la simplicité, est la transparence. Les échanges avec les vigneronnais sont réguliers, et chacun des acteurs conserve un rôle bien identifié. Le site reste un intermédiaire hors de la chaîne de distribution. De ce fait, pour les besoins particuliers (facture, expédition à l'étranger, etc.), tout repose sur les épaules du vigneron. En effet, restonsenvigne.fr affiche l'ambition de proposer un bon de commande numérique, outil permettant de commander du vin en trois minutes. « Nous avons beaucoup été sollicités par des sites

comme eBay ou Vente-Privée pour placer nos champagnes, mais leur fonctionnement ne nous intéressait pas, commente Ghislaine Lecomte. Avec restonsenvigne.fr, c'est comme si les clients commandaient directement chez nous. À chaque commande reçue, j'ai la certitude d'être payée par le site. Je n'ai plus qu'à expédier les bouteilles, comme on le ferait avec des demandes reçues par un canal traditionnel. »

Des choix marketing facilités par la souplesse du support

Son fils Jérémy apprécie le soutien discret proposé par le service client de la plate-forme : « On se sent écoutés, et grâce à la présentation de notre page, nous ne sommes pas qu'une marque impersonnelle. De plus, le site est agréable et lisible ». En créant un tel bon de commande numérique, Amaury Bonnet-Eymard peut simplifier la vie de nombreux vigneronnais qui ne savent pas nécessairement comment mettre en place une offre de commerce en ligne. « Mes clients gardent le contrôle de leur offre commerciale. D'ailleurs, la page e-commerce des producteurs créée sur notre outil vient souvent en complément d'un site web existant », complète Amaury Bonnet-Eymard. C'est le cas du champagne Lecomte, qui n'a pas manqué de placer une rubrique « Acheter en ligne » sur sa page web, pointant directement vers www.restonsenvigne.fr. Jérémy Lecomte estime d'ailleurs que l'essentiel des ventes e-commerce de la maison peut être relié à une visite préalable sur le site web de l'exploitation. Et en effet, chaque marchand inscrit sur ce site est libre de mettre en place ses propres conditions de vente : le montant des frais de livraison et le seuil de gratuité pour ceux-ci, la vente de bouteilles à l'unité autorisant le panachage, ou encore le nombre minimal de flacons par achat font partie des critères décidés par chaque professionnel. Cette souplesse ne sera pas de trop pour se démarquer des géants du commerce du vin : selon une étude du groupe Xerfi, Vente-Privée et Cdiscount ont cumulé 9 millions de bouteilles vendues en 2016, dans un marché qui représente plus d'1,4 milliard d'euros. 

GUILLAUME PERRIN

repères**Champagne Lecomte Père & Fils**

- ➔ **SURFACE** 7 ha de vigne en propriété, dont 80 % de meunier, 10 % de chardonnay et 10 % de pinot noir.
- ➔ **NOMBRE DE SALARIÉS** 3 ETP, plus les quatre membres de la famille
- ➔ **PRODUCTION ANNUELLE** 70 000 bouteilles, pas de vente de raisin au négoce
- ➔ **CHIFFRE D'AFFAIRES** 1,5 M€ (dont 30 % issus de la vente à la propriété)
- ➔ **CLIENTÈLE E-COMMERCE** 616 clients sur restonsenvigne.fr, 105 commandes depuis octobre 2016 et 51 500 € de ventes générées
- ➔ **GAMME** 9 cuvées vendues en ligne, avec différents dosages et formats de bouteilles, et un ratafia
- ➔ **PRIX DE VENTE WEB** de 9,50 € à 140 €