

## Unis pour pénétrer le marché français des vins

27/06/2018



Portrait D'Avenir

### **Quatre vigneron indépendants ont créé une SARL au statut d'agent commercial et embauché une VRP chargée de vendre sur le marché français les productions de leurs domaines du Sud de la France.**

Un « Vin Pas Ordinaire ». C'est le nom de la première cuvée de 4 000 bouteilles, imaginée et créée avec passion par quatre copains. Ces « Vignerons Pas Ordinaires » ont assemblé les vins de leurs domaines respectifs. « Chacun a amené ce qu'il souhaitait lors d'une dégustation d'assemblage et nous avons trouvé des synergies inattendues », relate fièrement Vincent Dubernet, co-gérant du Château de Fontarèche (Aude). Lancée six ans après leur association, cette marque va raconter leur histoire. Celle de quarantennaires dynamiques, ingénieurs de Purpan, branchés viticulture de précision et soucieux de l'environnement. La marque VPO vise à faire parler d'eux. Mais, elle sera limitée en volume car les viticulteurs ne perdent pas de vue l'objectif initial : faire connaître et vendre en France les vins de chaque domaine. « Le marché français est très atomisé, consommateur de temps administratif et commercial et pourvoyeur d'interlocuteurs parfois peu fidèles, témoigne Vincent Dubernet dont le Château exporte 95 % de sa production. Il faut en permanence avoir une dynamique, être présent, faire des tournées, sans parler de la logistique, bien plus efficace pour exporter que sillonner les régions. C'est une fuite en avant ».

#### **Des ventes en progression**

Avec Jérôme Fil, gérant du Domaine Pierre Fil (Aude) et Laurent Pratx, gérant du Domaine Serre Romani (Pyrénées-Orientales), l'idée leur est venue de mutualiser leurs efforts. Minervois, Corbières, Pays d'Oc, Roussillon et Maury... Chacun produit des vins aux profils et typicités très contrastés, positionnés sur une large gamme de prix. Alors s'ils ne sont pas concurrents, pourquoi pas mettre en commun la ressource commerciale ? C'est ce qu'ils font en 2013, avec un quatrième associé, Vincent Parcé, négociant et gérant de Parcé Frères (Pyrénées-Orientales), en optant pour une formule peu répandue : une SARL au statut d'agent commercial. La structure emploie une VRP en contrat exclusif, chargée de négocier directement avec des metteurs en marché. Ce choix complique le travail de Lucy Ferrer, la VRP, car les grossistes sont peu nombreux et les places chères pour entrer dans leur portefeuille. « C'est un travail de longue haleine, confirme Vincent Dubernet. Il faut être à l'affût d'une place qui se libère, d'un Corbières qui a augmenté ses prix de façon déraisonnable... ». Pas facile quand on a quatre domaines aux identités bien distinctes et pour terrain de jeu la France entière ! Mais c'est plus sécurisant car le grossiste achète un stock et se débrouille pour l'écouler. C'est également moins coûteux que de passer par des agents commerciaux qui prennent entre 10 et 15 % de commissions et qui ne font qu'amener la vente.

La SARL se rémunère à hauteur de 11 % en moyenne du chiffre d'affaires (CA) et la VRP perçoit un fixe plus une commission établie à 17 % du CA. « Ce taux a été évalué au début de l'activité par Jean-François Boumadi, notre expert-comptable EXCO FSO. A ce jour, il reste attractif pour Lucy et accompagne bien notre progression commerciale », se félicite Vincent Dubernet.

#### **Liberté et simplicité**

Pour faciliter la gestion de la SARL, les paiements de commissions sont forfaitisés au mois. Il a suffi de 6 000 € (4 x 1 500 €) pour démarrer l'activité. Un tableau de bord commun (sur Dropbox) indique les équilibres entre montant de commissions facturées et versements forfaitaires. De 1000 à 2000 €/mois, ces derniers sont ajustés lors des réunions de travail, trois ou quatre fois par an.

Les charges de la SARL sont stables, entre le salaire de Lucy, le coût du véhicule de fonction et les frais

de déplacement relatifs aux tournées. Les frais de la SARL incluent également les frais administratifs (social, facturation des commissions...), pris en charge par le Domaine Fil et facturés à la SARL au temps passé (entre 20 et 25 heures par mois, soit environ 10 % du CA) et les frais de transport.

Apporter une solution logistique pour le marché français était en effet indispensable. « A l'export, il y a des camions en permanence qui tournent pour la Belgique, la Hollande, l'Allemagne, la Suisse... Pour un petit importateur dans ces pays très tournés sur le Languedoc, faire venir une palette de Fontarèche, c'est très facile et peu coûteux. Ce n'est pas du tout le cas pour les régions en France ! Il fallait pouvoir consolider rapidement et en un seul lieu une palette entre du Minervois, du Corbières, du Roussillon, du vin doux naturel... Nous avons donc choisi un transporteur à Rivesaltes (Pyrénées-Orientales) qui nous permet de traiter avec des petits cavistes, voire des restaurants, qui commandent 120 bouteilles, avec des délais de livraisons de 48 h à 72 h.

En 2017, le volume d'affaires généré pour les quatre entreprises était de 470 000 € pour 118 000 bouteilles vendues. Le Domaine Fil représente près de la moitié des ventes en volume en lien avec son positionnement commercial historiquement 100 % France. « Même si Fontarèche met plus de temps à se développer, la dynamique est là. J'ai confiance en l'avenir », assure Vincent Dubernet. Et ne lui parlez pas d'amitié naïve ! Le choix d'une SARL au statut d'agent commercial, doublé d'une VRP exclusive est confirmé. « Nous avons une maîtrise totale de la mise en marché, nous pouvons focaliser d'une façon très personnelle et la simplicité de mise en œuvre du dispositif est importante », justifie-t-il. Ce ne sont pas les seuls avantages. « En cas de retrait, les associés sont protégés car l'indemnité légale est limitée à deux ans de commissions, précise Jean-François Boumadi. Au moment de l'embauche, la société bénéficie d'un abattement de 30 % sur les charges salariales. Et, lorsque les associés n'entrent pas dans leurs frais la première année, ils peuvent abandonner leur créance à la SARL, la perte étant déductible chez les viticulteurs. » Tous les ingrédients de la réussite sont réunis. Reste à se vendre !