

e-commerce

N°53 ISSN 1952-3947
Septembre - Octobre 2014

Le magazine

ecommercemag.fr

EN PRATIQUE

Big data: tirer parti de
la connaissance client P. 79



ENQUÊTE

WEB une cure de jeunesse
pour les **seniors**

ÉVÉNEMENT

LES TROPHÉES
e-commerce

Page 53 Élection de la Personnalité
e-commerce de l'année 2014

Cavacave, le plaisir du vin partagé

MARCHÉ La plateforme communautaire de vente de vins entre particuliers cible des amateurs-investisseurs désireux de cultiver leur patrimoine pour développer son business.

Sur un marché atomisé – il y aurait 395 acteurs de l'e-commerce spécialisés dans le vin en France – Cavacave.fr, plateforme communautaire ayant pour ambition de devenir la plus grande cave mutualisée de particuliers, revendique un positionnement inédit. Partant du constat que les meilleures bouteilles sont stockées dans les caves de particuliers, Cavacave se propose de créer un carrefour humain d'échanges où curieux, amateurs et initiés pourraient dénicher ou proposer les plus beaux millésimes. «*Nous ciblons quatre marchés: les petites annonces des particuliers qui vendent des bouteilles de vin, les enchères pour les ventes de vins de collectionneurs ou issus de successions, les amateurs que nous souhaitons fédérer au sein d'une communauté et, enfin, le marché patrimonial (les investisseurs dans la constitution de cave, l'achat de primeur, la constitution d'actifs)*», explique Stéphane Deubel, CEO Partner de Wine Project, éditeur de Cavacave. Il aura fallu plus de six mois de réflexion pour mettre la stratégie sur pied.

Le site, en ligne depuis le début d'année, se limite, pour l'instant, à la mise en relation entre acheteur et vendeur. Des fonctionnalités sont proposées gratuitement pour publier une annonce ou répondre à une offre. Le

positionnement est haut de gamme, avec un prix moyen de 178 euros la bouteille. Cavacave prélève des frais de service sur chaque transaction (6 % sur l'achat et 6 % sur la vente). Seule limite, une fois mis en contact, rien ne prouve que les amateurs n'iront pas échanger leurs bouteilles de la main à la main. «*Notre métier est d'être facilitateur d'expériences. Nous n'avons pas vocation à forcer les gens à effectuer leurs transactions sur notre site*», lâche Stéphane Deubel.

Devenir l'"Artprice" du vin

À l'automne 2014, le site lancera des enchères hebdomadaires – un expert préparera des lots à partir des annonces présentes sur la plateforme et d'autres sources (cave, réseaux de notaires pour les successions...) – qui se dérouleront automatiquement sur le site. Évidemment, le commissionnement sera plus élevé et tiendra compte de la rémunération de l'expert. Autre projet, le développement de l'activité à l'international. «*Je ne considère la France que comme un micro-marché*», indique Stéphane Deubel. Son objectif: identifier les entreprises qui proposent des espaces de

Cavacave se positionne sur le haut de gamme. Une bouteille se vend en moyenne à 178 euros.

Stéphane Deubel (Cavacave):
«*Les particuliers qui stockent leur cave chez un prestataire sont dans une logique d'accumulation.*»



stockage collectif dans le monde, si possible aux abords des grandes métropoles, dans les pays où le vin fait partie des piliers de la culture, créer un réseau, et devenir l'"Artprice" du vin en encourageant les bouteilles à changer de main, mais pas de lieu! «*Nous avons analysé la psychologie de ces particuliers qui stockent leur cave chez un prestataire, ils ne sont pas dans une logique de consommation systématique, mais d'accumulation*», ajoute le fondateur du site. En proposant un contenu pertinent – agenda mutualisé d'événements, fiche de dégustation, guide – la plateforme entend asseoir sa légitimité dans un secteur où le pari de la consommation collaborative et du consomm'acteur n'est pas dénué de sens.

| Véronique Méot |
redaction@editialis.fr