

# CLASSE EXPORT

LE MAGAZINE FRANCOPHONE DU COMMERCE INTERNATIONAL

## Cap vers 'Afrique du Sud

▶ **HONG KONG** business as usual...

▶ Incoterms® 2010 **QUELS USAGES  
EN FONT LES ENTREPRISES ?**

▶ **U.S.A.** comment bénéficier  
de la croissance américaine

▶ **LES VINS FRANÇAIS**  
retrouvent leur leadership

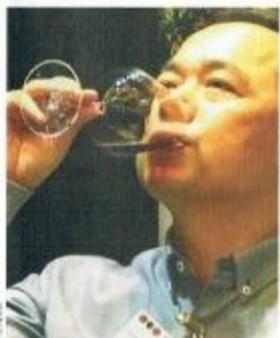
## Les ventes en ligne ont le vin en poupe

En 2015, la vente de vin en ligne devrait atteindre le milliard d'euros. Ce marché florissant est investi par différents modèles économiques (vente directe, place de marchés, etc.) soumis à un florilège de textes législatifs et réglementaires (Loi Hamon, Loi LCEN, Loi Informatique et libertés, etc.). Si la mise en conformité des sites e-commerce de vente (CGV, tunnel de vente, etc.) paraît contraignante, elle est nécessaire et participe sans aucun doute à une concurrence saine. En effet, l'écart commis par les uns pourra être sanctionné par les autres.

### Prudence et réflexions en amont

La spécificité du vin appelle à la prudence dans la vente, la publicité et la présentation qui en est faite. Les e-commerçants doivent réfléchir en amont sur les stratégies commerciales et juridiques pouvant, au regard du droit, être mises en place. A défaut, ils pourraient se réveiller avec une mauvaise gueule de bois.

**Frédéric Picard**, Avocat au Barreau de Paris, formateur sur les risques juridiques de la vente en ligne, Cabinet HAAS Société d'avocats  
01 56 43 68 80.



## Boire le vin à la bonne température, tout un art

Avec ses 600 modèles de caves à vins, la société Acilyon séduit un vaste public tant en France qu'à l'étranger. **Philippe Rodriguez** (en photo), gérant de "ma cave à vin" tient à garantir ses produits partout dans le monde : service de livraison, d'installation, après-vente, tout est conçu pour répondre à des amateurs de vins exigeants qui tiennent à conserver leurs vins dans les meilleures conditions.

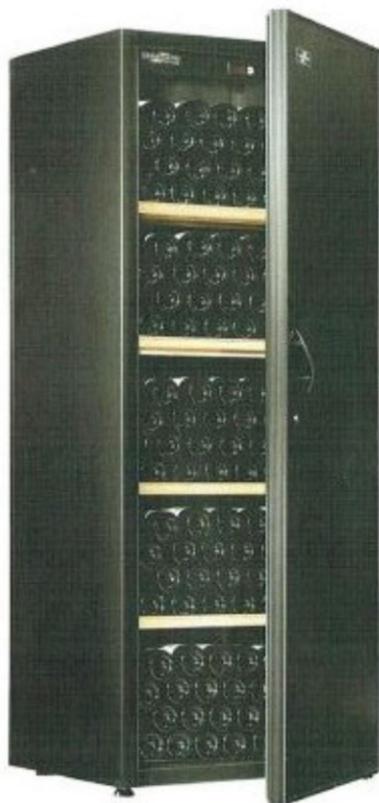
Amateurs, dégustateurs, collectionneurs, ils sont de plus en plus nombreux à s'intéresser au « vin plaisir », ils sont de plus en plus nombreux à choisir soigneusement leurs bouteilles pour les partager, les faire déguster. Les demandes sont variées, de la cave à vin pour l'usage domestique à la cave mono-température de vieillissement. Les clients sont pour 30% des professionnels, 70% des particuliers désireux de faire vieillir leurs grands crus et d'être conseillés sur la meilleure façon de les conserver. Certaines caves de service disposent de plusieurs compartiments à différentes températures pour la meilleure dégustation.

### L'export a pris une place grandissante dans le chiffre d'affaires

La société Acilyon a de prestigieux clients ; le Georges V, l'Athénée Piazza, le Prince de Galles, le Palais de l'Élysée. Les sommeliers, les hôtels, les bars à vin, les restaurants sont les premiers clients.

L'export commence à prendre une place grandissante dans le chiffre d'affaires de la société, mais c'est très exigeant dans les détails de fabrication, d'expédition, de livraison.

« Nous fabriquons des produits spécifiques, respectant les normes de chaque pays » explique Philippe Rodriguez. « Pour chaque pays étranger c'est un nouveau service pour lequel le besoin va se créer de plus en plus. On vend dans des pays aussi différents et inattendus que l'Algérie, le Gabon, le Mali, l'Égypte, le Maroc où le produit commence à se faire connaître, tandis que la demande est forte en Grande Bretagne, Australie, Suisse, Norvège



et tous les pays européens ». Mis en regard de la consommation de vins dans le monde, le secteur ne peut que se développer.

*N. Hoffmeister*

