

Investir et s'investir dans le monde du vin ?



Vignobles, châteaux, petites propriétés viticoles : la France reste un territoire magnifique pour s'investir dans le domaine.

Dans un monde qui change où rechercher de la performance n'est plus suffisant pour les nouveaux investisseurs, peut-on investir dans le vin et apporter du sens au monde du vin ? Avoir le vin pour passion et investir dans le vin sont-ils antinomiques ?

Oui, sauf si l'on respecte le produit, c'est-à-dire la bouteille, l'étiquette,

le vin, le terroir. Celui qui a la responsabilité de s'assurer de la pérennité de cela, c'est le viticulteur. Pour assurer, cet équilibre, il a une seule ambition ultime : produire du vin pour qu'il soit bu. Mieux encore : produire du vin pour qu'il soit bu à son apogée de consommation et que le client rachète des bouteilles. Avoir le vin pour passion, c'est donc,

pour répondre à cet objectif du viticulteur, de consommer la bouteille. Ceci n'est en effet pas l'objet d'un investisseur dans le vin ?

Acheter du vin à un instant T et le consommer dans 5-10-20 ans, est un investissement. On a immobilisé de la trésorerie et de l'espace de cave pendant une période très longue. Tous les passionnés de vin, tous les

collectionneurs et tous les viticulteurs ont une cave et tous revendent des vins. Mais quel a été le but initial : consommation ou spéculation ? La limite se pose sur cette question. Certains vins ne sont jamais bus et c'est un problème selon moi. Je pense même qu'une bouteille au-delà de 1 500 € est achetée aujourd'hui dans 98 % des cas dans un cadre de spéculation. Ce n'est pas durable comme situation et il faut y remédier.

Que font la plupart des modèles d'investissement dans le vin ?

Leur modèle économique est basé sur l'accroissement d'un encours de bouteilles sous gestion puis l'échange des vins entre clients investisseurs. Les prix sont cadrés par des cotations externes comme le Liv-Ex ou Wine Decider. Les bouteilles n'ont pas vocation à être bues et ces modèles ne répondent pas à la vocation du viticulteur qui, avec raison, s'oppose à leur vendre du vin. Il faut faire la chasse aux spéculateurs et donner la part belle aux valorisateurs. Un professionnel du vin doit plus que tout avoir ce respect et cette passion pour le vin. Il se doit d'avoir un modèle économique valorisant et durable pour la filière et d'y allouer toute son énergie et ses moyens.

Comment faire alors pour investir et valoriser ?

Une très large majorité des acteurs de la filière investissent et valorisent : un négociant porte du stock pour le valoriser, puis le revend à un importateur, qui fait la même chose avec un distributeur qui fait la même chose avec les restaurants et cavistes, qui font la même chose avec les consommateurs finaux. Un restaurant ou un caviste qui se constitue une carte des vins bien étoffée valorise bien les vins. Qu'il y ait des échanges entre ces acteurs professionnels sur les grandes places de marché est sain. Cela permet de compléter un stock manquant. Ces échanges et la consommation finale créent de la rareté et font grimper les prix des bouteilles. C'est ce que

j'appelle la "valorisation naturelle" d'un vin. Pour autant, ces acteurs sont valorisants mais ne permettent pas aux investisseurs d'en profiter. Pour les investisseurs ou sociétés qui proposent d'investir dans le vin, il faut donc s'insérer dans cette distribution du vin.

Vous voulez dire qu'un fonds d'investissement ou un mandataire doit être un revendeur de vin ?

Exactement ! L'enjeu des modèles d'investissement est d'apporter un équilibre investissement-distribution et de rassembler deux activités au sein d'une même société. Ce sont deux métiers différents avec des profils de clients différents. Cela crée une complexité dans le modèle, mais je ne connais pas d'autres solutions pour apporter du sens dans l'investissement dans le vin.

Concrètement, comment faire ?

Il faut observer le monde du vin aujourd'hui, savoir où sont les clients de demain et leur proposer les vins dont ils auront besoin en termes de qualité, d'histoire et de prix. Personnellement, je crois au digital et aux nouvelles technologies pour favoriser les échanges, aux circuits courts qui vont toucher directement les clients finaux. Je citerai ainsi Jean-Charles Samuelian, CEO d'Alan : "Le chemin vers le succès est d'être anti consensuel et de montrer qu'on a raison de l'être." Il faut oser, il y a tellement de choses à créer dans la distribution du vin !

Le risque pour l'investisseur est donc supérieur avec ce type de modèle qu'avec un investissement en vin traditionnel ?

Oui, c'est vrai. La liquidité des vins est plus compliquée, mais l'Eldorado lorsque l'on pouvait gagner de l'argent en achetant un grand cru classé, en le laissant 10 ans dans sa cave et le revendant aux enchères

est derrière nous. Depuis 5 ans, le marché a changé et pour créer de la performance dans le vin, il faut innover et surtout valoriser ! Pour l'investisseur, n'est-ce pas gratifiant de savoir qu'une histoire va être créée autour de son investissement dans le vin, qu'une valeur ajoutée a été créée et que derrière il existe un modèle qui valorise et qui distribue ?



Thomas Hébrard : CEO de U'Wine

«Né dans les vignes et héritier d'une longue tradition viticole depuis 1832, Thomas Hébrard étudie à l'ESTACA, SUPAERO et HEC. C'est en 2010, qu'il crée U'WINE, société française de négoce en vins et obtient, en 2014, l'enregistrement AMF pour son offre MANDAT U'WINE. Il conçoit, gère et optimise la cave des particuliers du monde entier en leur donnant accès aux 1 % des meilleurs vins des plus beaux terroirs. Il lance l'offre U'WINE GRANDS CRUS, visée par l'AMF en 2019 à destination des professionnels du patrimoine. Cette offre est éligible au dispositif du remploi apport-cession, particulièrement intéressante pour les chefs d'entreprise. »