

La Vignery vise 50 magasins pour 2020

Après douze ans d'existence et l'ouverture de 17 magasins, le concept de La Vignery, créé par Romain Mulliez, est rodé et prêt à se déployer.

« **N**ous sommes sur le bon rythme », annonce Jérôme Guilluy, directeur général du caviste La Vignery depuis 2011. Le bon rythme, selon La Vignery, cela signifie d'ouvrir régulièrement de nouveaux magasins, pour atteindre l'objectif que cette enseigne âgée de 12 ans s'est fixé, celui de compter 50 magasins rentables ouverts en 2020.

À ce jour, La Vignery dispose de 17 magasins, dont six tenus par des affiliés. Car c'est avec le système d'affiliation que son créateur Romain Mulliez (fils de Stéphane Mulliez, feu le fondateur de Picwic, et petit-neveu de Gérard Mulliez, le fondateur d'Auchan) compte atteindre ce chiffre. « Nous avons choisi l'affiliation plutôt que la franchise pure ou la location-gérance car ce système est moins lourd financièrement », détaille Jérôme Guilluy. L'affilié n'a besoin que de 50 000 € d'apport car il n'a pas à porter le stock. Nous nous en chargeons, tandis qu'il gère la création de son magasin. »

Le premier magasin a ouvert en 2005, à Rambouillet (78). Sorte de navire amiral de l'enseigne, il existe toujours. Agrandi pour héberger les bureaux de la centrale et étoffer quelques rayons dont celui dédié à la bière, ce point de vente accueille également les affiliés pour leurs formations ou la présentation des temps forts de l'enseigne. La plupart des affiliés connaissent bien ce magasin pour y avoir fait leurs premières armes de caviste. « Lorsque nous recrutons un vendeur, nous lui demandons si, à terme, l'ouverture d'un magasin l'intéresse », assure le directeur général.

Un questionnaire déclaratif

Plusieurs salariés sont ainsi devenus affiliés. Comme Yves-Louis Jacob, aujourd'hui installé à Claye-Souilly (77) : « La Vignery est à l'écoute de mes besoins. Ils sont réactifs et proposent une gamme de produits riche et attractive. » Et pour cause. Dans le vin, la concurrence est rude. Pour s'en démarquer et s'assurer de la qualité



PHOTOS : LA VIGNERY/DR

Jérôme Guilluy a passé de nombreuses années chez Auchan aux États-Unis, en Ukraine et en Hongrie avant d'assurer, depuis 2011, la direction générale de La Vignery (ici le magasin de Cesson, en Seine-et-Marne).



des vins proposés, les deux acheteurs, Patrick Dorard et Julien Fargeot, ont déployé une initiative intéressante. Ils ont envoyé un questionnaire à tous les vigneron partenaires de l'enseigne. Un questionnaire en trois étapes – Comment cultivez-vous vos raisins ? Comment élaborez-vous vos vins ? Quelles sont vos actions en faveur du développement durable ? –, notées chacune sur quatre points. Si l'une des trois notes est inférieure à 3, le vin est déréférencé.

Certes, ce questionnaire est basé sur la confiance (il est déclaratif), mais il a permis à l'enseigne de créer un label apposé sur les affichettes présentant les vins. Ce label maison vise à rassurer les consommateurs sur la qualité de la sélection de La Vignery. À ce jour, 635 vins sont ainsi labellisés sur 1 000. « Bio, Demeter, Terra Vitis... les autres ont aussi des labels », complète Jérôme Guilluy. ■■

La Vignery en chiffres

21 M€

Le CA de La Vignery 2016
(15 magasins)

2 M€

Le CA moyen d'un magasin

400 000

Le nombre de clients

10 €

Le prix moyen d'une bouteille achetée (vin, spiritueux ou bière)

L'offre

- 1 000 vins
- 550 spiritueux
- DONT**
- 250 whiskys
- 100 rhums
- 250 bières

Source : La Vignery

SYLVIE LEBOULENGER