Les cavistes, une profession dynamique mais fragile au carrefour des tendances

Mesdames,

nous vous remercions de l'écoute que vous nous prêtez pour faire entendre la voix des cavistes. Les objectifs de cette rencontre pour nous sont :

1/ Rendre visible une profession jusqu'ici éclatée entre représentations indépendants/chaines.

2/ Faire part de notre besoin d'être soutenu et que le métier puisse être reconnu car sinon menacé. Si les cavistes n'étaient plus aussi nombreux, le risque est réel de faire basculer le modèle du vin "*à la française*" vers des modèles qui ne résolvent pas les problèmes d'alcoolisme et qui remettent en cause les fondements culturels de notre société française. Et comment survivre lorsque on nous interdit toute possibilité de communiquer ? Et ce alors que nos principaux concurrents, les commerçants généralistes et la grande distribution notamment, peuvent, eux, le faire librement ?

3/ Nous positionner pour l'avenir comme des interlocuteurs constructifs et ouverts à tout ce qui permettrait de rendre visible notre profession, représentante encore authentique de cette culture du commerce spécialisé de bouche. C'est le sens de notre participation à la Fête de la gastronomie. Nous sommes cependant ralenti dans cette initiative par la confusion existant avec la Semaine du Goût. Difficile en effet de mobiliser nos cavistes, déjà débordés lorsque les messages censés être fédérateurs se contredisent.

I/ Les cavistes aujourd'hui

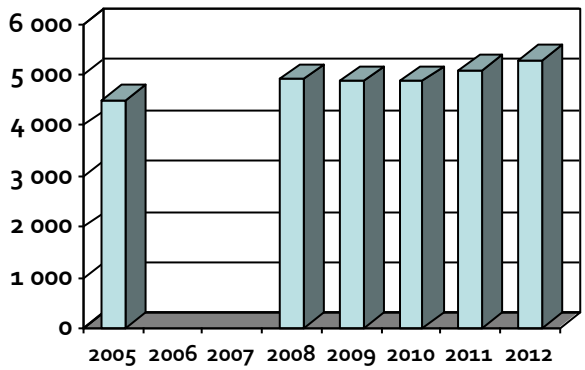
- **Des commerçants de proximité et accessibles**

5275 cavistes assurent sur tout le territoire une diffusion des vins et alcools au plus près de leur communauté de clients, avec laquelle ils entretiennent des relations très fortes.

16,9% d'entre eux sont installés en région parisienne.
54,3% sont installés en centre ville et 9,6% dans des communes rurales.
60% des magasins font entre 30 et 100 m², dont 47% consacrés au stockage.
353 K€ de chiffre d'affaires en moyenne.
7 clients sur 10 viennent au moins une fois par mois.

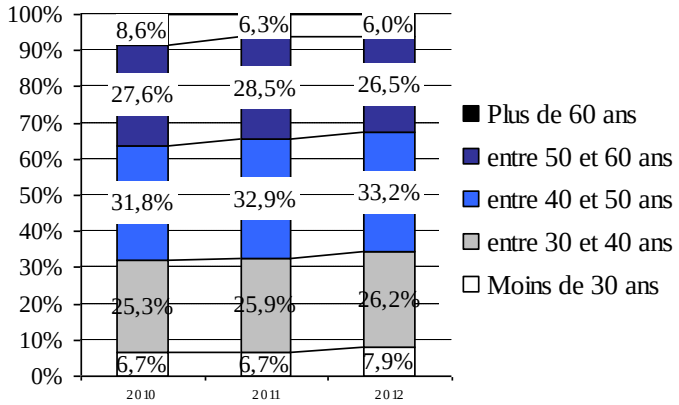
- **Le métier a su rebondir**

De plus de 15 000 dans les années 1970, le nombre de cavistes a chuté, accompagnant ainsi la forte transformation des habitudes de consommation des français, passant du vin alimentaire à vin plaisir.
Depuis 1995, la courbe remonte légèrement, et selon les travaux d'Equonoxe, *société d'études et*



d'intelligence économiques spécialiste d'économie vitivinicoles et notamment des cavistes, le nombre de cavistes recensés (*tous code APE confondus*) augmente chaque année depuis 2005.

Ce dynamisme correspond à un rajeunissement de la profession (le caviste a 44,4 ans en moyenne).



Il s'inscrit aussi dans l'ouverture du métier à des services complémentaires à son activité principale de ventes de vins :

79,4% des cavistes font du cadeau d'entreprise,

54,6% vendent aux restaurateurs,

44,6% associent vente de vins à produits gastronomiques, etc ...

Les cavistes accompagnent l'évolution de leur société :

11% vendent par internet,

quelques uns (0,9%) assurent même le stockage et le vieillissement des vins pour le compte de leurs clients, professionnels ou particuliers, répondant ainsi à l'évolution des conditions de vie.

- **Ambassadeurs d'une culture et relais d'une consommation responsable**

Les cavistes aujourd'hui se font de plus en plus ambassadeurs d'une culture de la qualité et d'une consommation responsable et culturelle.

19,5% des cavistes commercialisent aussi des accessoires œnologiques et 2,6% des arts de la table.

13,8% organisent des cours de dégustation et/ou des formations, de formidables relais pour enseigner aux nouvelles générations les comportements responsables alors que les familles ne le font plus.

C'est la dimension culturelle et l'art de vivre qui entourent le monde du vin qu'ils font rayonner par leurs boutiques. 4% des cavistes font cohabiter plusieurs univers culturels en plus des vins : livres, expositions, concerts, etc...

Période de création	2012
Nbre de répondants	*2245*
après 2010	13,7%
Entre 2006 et 2010	27,3%
Entre 2000 et 2005	17,8%
Entre 1990 et 1999	20,1%
Entre 1980 et 1989	12,1%
avant 1980	8,6%
XiXème siècle	0,6%

- **L'humain au centre**

Il s'inscrit aussi dans la continuité, avec des traditions de cavistes installés dans des lieux bien identifiés par leurs clientèle ce qui favorise habitudes et fidélisation et assure du lien social durable dans les quartiers.

Le caviste apporte du conseil à ses clients (90% des clients sont demandeurs d'accords mets-vins). Pour y répondre, et en plus d'eux même, 45,5% des cavistes sont employeurs. 2,16 salariés en moyenne dans ces points de vente, dont 38% de femmes.

En 2012	%age des cavistes	Nb moyen de salarié(s)	%age employeurs de femme
nbre de répondants	*2 302*		
Pas de salarié	54,5%		
Mi temps ou moins	1,9%	0,5	69,5%
de 0,6 à 1 Equivalent temps plein	22,8%	1,0	80,8%
de 1,1 à 2 Equivalent temps plein	10,6%	1,9	80,2%
de 2,1 à 3 Equivalent temps plein	4,6%	3,0	83,6%
de 3,1 à 5 Equivalent temps plein	3,0%	4,4	89,3%
Plus de 5 Equivalent temps plein	2,6%	9,7	73,3%

II/ Les cavistes, un métier en sursis ?

- **Des distorsions commerciales injustes**

Forts des 5275 points de vente qui incarnent le métier sur tout le territoire et vont au plus près de la relation avec leurs clients, les volumes de vins vendus par les cavistes ne représentent cependant qu'1/8ème de ceux commercialisés par la grande distribution.
Il faut dire que le prix moyen du vin vendu en GD est inférieur à 4 €/litre *(3,89 €/l à fin 2012, sources IRI*). Le prix moyen du vin vendu chez les cavistes est au moins le double.

Unis, les cavistes pourraient néanmoins être comparés en termes de volumes aux principales enseignes de la grande distribution française.
Sauf que celles-ci bénéficient de puissance de frappe permettant de dynamiser leurs ventes via des foires aux vins largement relayées par les supports promotionnels et qui fragilisent énormément de nombreux cavistes insuffisamment armés.

Les cavistes n'ont pas droit de communiquer car le nom même caviste est considéré comme incitatif et donc persona non grata dans les ondes. Pourtant, le mot désigne de vrais professionnels qui se trouvent ainsi empêchés de pratiquer sereinement leur métier.

- **Une profession écartelée**

Les cavistes indépendants sont associés aux épiciers, donc dépendent de la FNDE, tandis que les chaines sont associées aux réseaux de grande distribution donc dépendent de la FCB.

La profession reste donc invisible alors qu'elle exige des qualifications spécifiques.

Dans les deux cas, aucune considération pour leur spécialisation commerciale, celle de vivre uniquement de la commercialisation de vins et alcools mis en avant de façon responsable, qualitative et culturelle.

- **Aucune exigence de formation**

Aucune formation de caviste spécifique n'est en effet à ce jour obligatoire pour professionnaliser un métier de passionnés capables alors de faire référence sur le sujet par rapport à leurs collègues généralistes. Cela laisse le champ libre aux ventes nocturnes et sauvages sans conseil ni accompagnement dont l'image désastreuse pénalise toute la filière.

- **Des tensions inutiles avec les Douanes**

Même les Douanes ne considèrent pas, cette fois, la dimension commerciale des cavistes soumis, au même titre que les producteurs et négociants en amont, aux déclarations de leurs flux et stocks. Ces déclarations administratives sont inadaptées aux systèmes d'informations et comptables des cavistes, commerçants avant tout et tenus du coup d'établir deux comptabilités, ce qui génère coûts supplémentaires, tracasseries inutiles et les détournent de la création de valeur ajoutée.

- **Des marges en berne**

Les cavistes sont des commerçants de proximité vivant de la marge réalisée sur la vente de vins et alcools, valeur ajoutée justifiée par la sélection, le conseil et le convoyage jusqu'au local.

Evaluée à 26%, le taux de valeur ajoutée ne permet plus de rétribuer coût immobiliers, charges ni à rémunérer le travail du caviste.

Ils ont donc dû réduire significativement leurs charges :

en 2012, 54,4% des cavistes travaillent seuls contre seulement 48,6% en 2010.

les cavistes réduisent progressivement leurs stocks (coût du stockage + problèmes de financement) alors que cette activité, permettant le vieillissement des vins, étaient le cœur du métier.

- **Des risques systémiques lourds**

Alors que la crise économique s'enlise, de nombreux cavistes sont menacés de fermeture, sans repreneurs. Deux alternatives s'ouvrent aux autres :

- se positionner en niche, limitant leur clientèle à des cibles élitistes. A terme, le vin s'enferme dans une image statutaire le coupant définitivement de ses racines conviviales et populaires, tuant ainsi une part importante de ce qui fait rayonner la culture française.

- s'inspirer des modèles *low cost* pour tenter de contrer la grande distribution.

En Grande-Bretagne, la fuite en avant nourrie par le développement des modèles *low cost* a alimenté une dynamique de concentrations extrême et favorisé l'émergence de très grosses chaines de cavistes (*Threshers représentaient 44,5% des points de vente en 2009 à comparer aux 9% du groupe Nicolas en France en 2012*). Finalement, plusieurs grosses chaines ont disparu ou fait faillite (*Threshers, Oddbins,*) sans repreneurs entrainant la fermeture d'une grande partie de leurs magasins. Au plus grand bénéfice des réseaux *low cost* (Bargain Booze, ...). Les indépendants s'adressent à une clientèle de plus en plus haut-de-gamme des beaux quartiers.
L'effondrement de ce circuit commercial pourtant qualitatif n'a pour autant résolu les problèmes sociaux d'alcoolisation excessive de la société anglaise, forme de *no culture* à l'opposé de celle que font vivre les cavistes en France.

Mais le risque est réel de voir la fin d'une culture du vin "à la française", riche de sa diversité et de sa culture du Bon, forcément modérée et responsable.

III/ Les cavistes, des acteurs dynamiques à la croisée des chemins

- **Des entrepreneurs aguerris et efficaces**

Seuls 18,1% des cavistes l'ont toujours été, par transmission familiale le plus souvent.

25,4% ont auparavant exercé dans l'hôtellerie/restauration, 15,2% avaient des fonctions commerciales ;

8,8% viennent du secteur agricole (2,6% en viticulture), 8% du bâtiment ou de l'industrie

5% des services, 4,3% du secteur logistique

3,3% des secteurs culturel et de l'enseignement

et 1,8% d'autres métiers de bouche.

Des parcours divers qui illustrent l'extrême richesse de cette culture qui a conduit ces consommateurs passionnés, en 2ème ou 3ème vie professionnelle, à joindre l'utile à l'agréable, forts d'expériences passées leur donnant du recul sur leur nouvelle activité.

Car comme tout petit entrepreneur, et notamment dans un contexte de concurrence très forte et en l'absence de marges importantes, les cavistes sont tenus d'être bons sous peine de disparition rapide.
Mais dans le contexte actuel, cela ne suffit même plus.

- **La profession s'organise de façon unitaire : le Syndicat des cavistes professionnels**

Au delà de leurs différences, indépendants, réseaux intégrés et franchises se sont unis depuis 2011 au sein du Syndicat des cavistes professionnels afin de défendre ce qui fait leurs spécificités.

Le siège du SCP est actuellement basé dans les locaux de la Fédération Nationale de l'Epicerie dont il est adhérent.

Leur objectif est :

- défendre la spécificité de leur profession et de leur positionnement de commerçants, à la fois de proximité et spécialisés.

- prendre en main collectivement le sujet de l'éducation au vin.

- **Des commerçants qui se sentent proches de leur amont**

Les cavistes revendiquent leur appartenance au monde viticole dont ils assurent des débouchés valorisants et de qualité bien que n'étant pas associés institutionnellement aux réflexions qui animent les producteurs en amont.

Soucieux de leurs responsabilités, les cavistes sont néanmoins adhérents de l'association Vin et Société, complétant ainsi une représentation globale de toutes les parties de cette filière jusque là très éclatée.

- **répondre aux enjeux en les abordant de façon responsable et efficace**

Si l'économique est au cœur de l'organisation, l'Information en est le sang. L'essor du Syndicat des Cavistes Professionnels s'appuie sur une démarche d'observatoire économique efficace bien que fragile. Toutes les statistiques qui figurent dans ce document sont issues d'enquêtes basées sur au moins 2000 cavistes ce qui leur donne une robustesse utile au pilotage de notre circuit. Une activité d'utilité collective mais à faible VA qui peine à affronter les logiques du marché de court terme. Le SCP reste une structure légère, souple mais efficace grâce à l'implication de ses adhérents et à leur très grande motivation. Mais des soutiens sont nécessaires …

L'objectif du Syndicat des cavistes professionnels est la reconnaissance de la profession de cavistes et que soit prise en compte leur dimension de commerce spécialisé. Or, ils n'ont pas possibilité à ce jour de communiquer sur leur champ de spécialisation. Quelles solutions ?

Le circuit cavistes emploient aujourd'hui près de 11 000 personnes qui vivent directement de ces commerces et animent les quartiers. Ils pourraient facilement créer plusieurs milliers d'emplois si les cavistes pouvaient s'appuyer sur des conditions concurrentielles équilibrées.

Contacts

Syndicat des Cavistes Professionnels – 5 rue des reculettes – 75 013 PARIS

Président : Yves LEGRAND, Chemin des vignes, yveslegrand@chemindesvignes.fr
113bis avenue de Verdun - 92130 Issy Les Moulineaux,
Vice-président : Michel BOUREL, GECI Cavavin, m.bourel@cavavin.fr
18 avenue du Marché - BP 7 - 44501 LA BAULE Cedex
Directrice : Nathalie VIET – 06.25.25.20.90 *scp@cavistesprofessionnels.fr*

Annexe/ Le syndicat des cavistes professionnels de France présent lors la Fête de la Gastronomie

La 1ère action concrète menée par le SCP a été de contribuer activement à la 2ème Fête de la Gastronomie en 2012. Organisée sous l'égide d'un Commissariat général dédié, cette manifestation annuelle est amenée à faire rayonner en France mais aussi hors de nos frontières un des fleurons de la culture française et de son Art de vivre.

Placé sous le signe des Terroirs et parrainée par Michel Guérard, les cavistes ont pu cette année rappeler le rôle majeur tenu par le vin et les alcools dans le rituel du repas gastronomique.

Grâce à l'information mise à leur disposition et celle relayée par les réseaux de cavistes participants, de nombreux points de vente ont pu proposer à leurs clients de partager des moments de dégustations, animations de quartiers ou autres évènements locaux.

Une affiche unique placardée sur de nombreuses vitrines cavistes le 22 septembre 2012 a ainsi permis d'illustrer la force du 1er réseau de France plébiscité par les consommateurs dans leur capacité à conseiller les meilleurs et plus originaux accords mets-vins..

Cavistes et producteurs de France au service des Terroirs et de la Gastronomie

A l'issue de la représentation du « ***Diner de Don Juan*** » lors de la soirée d'inauguration de la Fête de la Gastronomie à la Comédie française le 21 septembre, les cavistes de France, les producteurs de Gascogne, d'Armagnac, d'apéritifs et de liqueurs françaises, soutenus par les Vignerons Indépendants de France, ont proposé aux spectateurs de la Comédie française **d'accompagner le pot gourmand** offert par les producteurs de Rungis. Ces professions se sont unies en effet pour magnifier l'association de leurs différents métiers au service de la Gastronomie.

Nous réfléchissons à renouveler notre participation en 2013. Mais trop de messages confus brouillent l'objectif donné à cette fête (Semaine du Goût, insuffisamment de relais médiatiques mobilisés).