



## Inter Caves : cure de jouvence.

Un an après le rachat de l'enseigne Inter Caves, la maison Richard tient ses promesses en dynamisant le réseau. Elle dévoile un nouveau concept de merchandising signé par l'agence Good2know. Il a été mis en oeuvre dans le magasin pilote à Boissy-Saint-Léger, l'un des trois points de vente exploités en propre sur les 123 de l'enseigne implantés en France.

Des façades modernisées, une nouvelle signalétique épurée, une segmentation de l'offre clarifiée par régions de production, couleur et prix, des espaces dédiés aux grands crus, aux whiskies et aux bières, la mise en scène de zones découverte et dégustation, la mise en avant des "vins du moment", les grandes familles mises en avant sur une double vitrine à l'entrée avec la photo grandeur nature du caviste pour mieux personnaliser les représentants de l'enseigne caution et réaffirmer l'importance du conseil...

Le réseau créé en 1978 bénéficie désormais d'un nouveau logo plus élégant, en partie manuscrit en gris et rouge, toujours pour resserrer le lien avec le caviste (avant trois bouteilles aux couleurs flashy sur fond fuschia). « L'objectif est d'obtenir l'adhésion d'une majorité de magasins au nouveau concept d'ici un an, précise Stéphane Zanella, DG d'Inter Caves.

Nous sommes d'ailleurs prêts à financer les rénovations des magasins à hauteur de 50 % pour un budget entre 5 et 10 000 € selon le niveau d'engagement du partenaire. » L'homogénéisation des points de vente est clairement un prérequis pour enclencher une communication nationale ; fin 2013, le nouveau concept devrait avoir été adopté par tous les points de vente.

Depuis un an, le réseau a enregistré une quinzaine d'ouvertures, sept changements de propriétaires ; une vingtaine de nouvelles ouvertures est prévue en 2012 dans des villes de 30 à 40 000 habitants, toujours avec un même positionnement : des surfaces de 120 à 150 m<sup>2</sup>, implantées en périphéries des villes et disposant d'un parking, évoquant une "cave-entrepôt" où les vins sont présentés en cartons sur des palettes.

Outre la nouvelle présentation, 120 références ont été ajoutées au catalogue, notamment des whiskies (plus de 250 au total) et des vins exclusifs de la maison Richard issus des huit domaines en propriété.

Au total 400 références en moyenne par magasin. L'enseigne présidée par Corinne Richard-Saïer a mis en place une nouvelle équipe dirigée par Stéphane Zanella en recrutant Gilles Ragot au marketing-communication et Yann Thomas (Ex Domino's Pizza) au Développement. En 2011, le réseau a déjà enregistré une croissance de plus de 10 % (7 % à périmètre comparable), principalement grâce à une hausse de fréquentation, avec un CA moyen par point de vente de 335 K€, le panier moyen par magasin est passé en deux ans de 45 à 57 €.

Par ailleurs, le réseau vient de rejoindre le syndicat des cavistes professionnels (SCP) qui compte déjà la Fédération nationale des cavistes indépendants (FNCI), les enseignes Repaire de Bacchus, Cavavin, Caves de Régusse, C10-Comptoir des Vignes, et Savour Club, et des cavistes indépendants comme le Chemin des Vignes d'Yves Legrand.

RVI 3898 - mai 2012

### Rubriques

- Accueil
- Edito
- Régions
- Tendances
- Tendances conso
- Spiritueux
- Vie des entreprises
- Point de vue
- Avis des Pros
- Histoires de Marques
- Carnet - Nominations
- International
- Distribution
- Internet
- Matériel

**Abonnez-vous** à la RVI et recevez chaque mois toute l'actualité des entreprises du vin et spiritueux

### Contacts

- Qui sommes nous ?
- Editeur
- Rédaction
- Publicité
- Abonnements
- Newsletter



Retrouvez le groupe de la RVI sur Facebook !

### Liens

- Centre F. de la Copie
- Vinomaniac.tv
- Vinetsociete.fr
- Spiritueux.fr
- Les4veritesduvin.com

Rechercher...

Vidéo de la semaine

Couverture du mois



Le chiffre de la semaine

# 31%

des expéditions globales vins & spiritueux français sont des spiritueux soit 54,5 M de caises (+ 5% par rapport à 2010).

Dernières infos

- Jean Michel Marle chez GIRONVILLE.
- Ferdinand Mälher-Besse chez SOBOVI.
- Les champagnes Bollinger labellisés entreprise du patrimoine vivant.
- Rencontres « Parfums de vin français »
- Congrès des Oenologues et Vinalies à Aix-en-Provence - 24 - 26 mai 2012.
- 5e édition de Cocktails Spirits à La Maison Rouge à Paris - 3 et 4 juin 2012.
- Bios made in France à Portland (Oregon).
- Smurfit Kappa en Argentine.
- La fin de Castel en Angleterre.
- Gérard Depardieu en Crimée.