



BORDEAUX

MAISON LE STAR AFFICHE SA DIFFÉRENCE

Nouvel acteur du vignoble girondin depuis les rachats successifs de GRM et de La Guyennoise, le groupe Maison Le Star veut montrer un nouveau visage du négoce bordelais.

Il s'était donné un an. Arrivé dans le monde du vin en 2016 avec les rachats de GRM et de la Guyennoise (cf. *Rayon Boissons* décembre 2016 p. 68), Guillaume Brochard, PDG de Maison Le Star, respecte le timing initial. Cet entrepreneur français, basé en Chine et venu du monde du luxe, entend bien cultiver sa différence. C'est le sens du message porté par Stéphane Lefebvre, nouveau directeur général de ce négoce bordelais dont le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 70 millions d'euros. « Bordeaux a trop longtemps vendu ce qui sortait des châteaux sans se soucier des besoins du marché, tranche le dirigeant. Certains le prennent comme une fatalité, nous c'est tout le contraire ! »

Voilà qui est dit, même s'il reste à retranscrire dans les faits ce que d'autres ont déjà cherché à faire par le passé. Sans compter que les offres de GRM et, surtout, de La Guyennoise, n'ont pas la réputation d'être les plus « tendances ».

« L'idée de départ est de donner un objectif commun au groupe, celui de la valorisation, tout en respectant les spécificités des deux sociétés qui le composent, expose Stéphane Lefebvre. Pour y parvenir, Guillaume Brochard et moi-même avons une approche basée sur la demande du consommateur, où il se trouve ans le monde. » Pour se détacher de l'image du vieux négoce bordelais, une marque internationale va notamment voir le jour en début d'année 2018 (cf. encadré ci-après). Nul doute que ce lancement aura valeur de test.

DÉVELOPPER LES FOIRES AUX VINS

En attendant, le groupe se structure à tous les étages. Un comité de direction a été constitué afin de définir l'organisation des différents départements. Le service administratif a servi de socle à ceux de la production et de la commercialisation. « Entre la gestion de six propriétés, la centaine de

Guillaume Brochard, à gauche, a confié à Stéphane Lefebvre la direction générale de Maison Le Star dont le CA consolidé est de 70 millions d'euros.

vignerons partenaires et les achats de vrac, les souhaits en termes de qualité produits sont aujourd'hui bien établis, poursuit Stéphane Lefebvre. Idem sur le plan logistique, avec les sites des deux filiales qui restent actifs. » Sur le plan commercial, Jean-Baptiste Tréguier est venu prendre la direction des opérations en France et une nouvelle force de vente va permettre de suivre un marché des hypers et supers qui pèse plus de 30 millions d'euros.

En GSM, la révolution marketing souhaitée au niveau du groupe devrait toutefois s'avérer plus mesurée. Si le portefeuille compte des marques comme Villa Bordeaux, Divinissime ou Rosé on ice, il reste dominé par les châteaux, les signatures réservées et quelques marques de distributeurs. Ce qui laisse peu de place à de grands bouleversements. « C'est un fait, mais nous avons d'ores et déjà identifié des réflexions à mener, notamment sur les étiquettes de châteaux qui n'ont pas été revues depuis fort longtemps », relève Stéphane Lefebvre. C'est le cas de produits star comme les châteaux Picon ou Cazeau, qui devraient prochainement afficher leur appartenance à Maison Le Star. Enfin, selon son directeur général, le groupe a quelque peu disparu des foires aux vins ces dernières années. Un manque qu'il souhaite rapidement combler en renforçant ses liens avec la propriété. Au-delà de la commercialisation, le nouvel acteur doit aussi gagner en légitimité auprès des vignerons.

FRÉDÉRIC GUYARD

UNE MARQUE INTERNATIONALE POUR 2018

Son lancement officiel est prévu mi-janvier à Shanghai, soit peu avant le nouvel an chinois. Avec l'ambition d'intégrer un jour le Top 100 des marques de vin dans le monde, Maison Le Star va donc présenter sa nouvelle signature à vocation internationale. Si le nom reste pour l'instant secret, Rayon Boissons en connaît déjà les principaux contours. À savoir un produit au packaging décalé et décliné sur des appellations bordelaises et en vin de France. Le tout sur le créneau de prix des 4-6 € en France avec pour cible la génération des millennials. La communication digitale sera privilégiée. Pour le reste, réponse d'ici quelques semaines.

CHIFFRES CLÉS

Le chiffre d'affaires consolidé de Maison Le Star est de **70 millions d'euros** dont **32 M€** en France, **30 M€** en Chine et **8 M€** à travers le monde. En France, le circuit des **hypers et supers** représente **95 %** des ventes. Le groupe exploite **6 châteaux** dont **2 en pleine propriété**, Grandfont et Cazeau. Ce dernier compte **323 ha** pour **2,5 millions** de cols.

© DR