

CAVISTE

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?



SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU CAVISTE	2
LA RÉGLEMENTATION DU CAVISTE	5
L'ACTIVITÉ DU CAVISTE	7
LES POINTS DE VIGILANCE DU CAVISTE	10
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	12

LE MARCHÉ DU CAVISTE

Bien que leur chiffre d'affaires progresse tant en valeur qu'en volume, les cavistes sont confrontés à une baisse structurelle de la consommation de vin qui résulte de l'effet conjugué de plusieurs facteurs :

- le changement de modes de consommation : le nombre de non-consommateurs est en hausse alors que les consommateurs réguliers deviennent de plus en plus des consommateurs occasionnels,
- la multiplication des campagnes d'informations sur les risques liés à l'abus d'alcool et la préoccupation grandissante des consommateurs pour l'hygiène alimentaire et la santé,
- le développement du nomadisme et de la restauration hors domicile.

La baisse de la consommation en volume renforce les pressions concurrentielles entre les circuits de distribution. Alors que la grande distribution reste le circuit privilégié par les consommateurs, la part du e-commerce a fortement progressé ces dernières années (montée en puissance des *pure players*). En outre, de nouveaux acteurs issus de la Wine Tech bousculent le marché (box de vin sur abonnement, places de marché communautaire, etc.).

Bien qu'ils disposent d'atouts concurrentiels (conseil, proximité, convivialité), les cavistes traditionnels doivent veiller à se démarquer de la grande distribution (vins bio, petits producteurs, conditionnement bag-in-box de vins de qualité, etc.) et développer des activités complémentaires (bars à vins, épicerie fine, dégustations, cours d'œnologie).

Tendances

Le secteur restera dynamique et les cavistes traditionnels profiteront de la montée en gamme de la demande.

Les réseaux sous enseigne continueront de se développer au détriment des indépendants isolés alors qu'on assistera à un mouvement de concentration sur le segment des *pure players*.

L'organisation du marché

Le secteur du commerce de détail de vins et boissons peut être segmenté en fonction des circuits de distribution :

- **la grande distribution** : elle capte 85 % du volume des achats du secteur,
- **les cavistes traditionnels** : leur nombre a progressé ces dix dernières années, notamment sous l'effet du développement des réseaux sous enseigne qui mènent des stratégies de maillage territorial.
- **le e-commerce** : face à la concurrence croissante des *pure players* généralistes et spécialisés, la grande distribution et les réseaux de cavistes traditionnels investissent Internet.
- **la vente directe par les producteurs** : ce circuit profite de l'engouement des consommateurs pour les circuits courts et certains producteurs développent une activité de e-commerce (sur leur propre site ou sur des sites qui référencent les producteurs).

		CAVISTE
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	7 080 ⁽¹⁾
	2016	2,311 Md€ ⁽²⁾

		CAVISTE
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010)	2017	171,6 ⁽³⁾
	2016	157,8
	2015	142,8
	2014	131,5
	2013	124,0
	2012	117,7
	2011	109,6
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 31 décembre.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : "Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé" - INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DU CAVISTE

Les aptitudes professionnelles

A l'initiative de la Fédération Nationale des Cavistes Indépendants, un diplôme de caviste professionnel (technicien-conseil en commercialisation des vins) en alternance a été créé en partenariat avec l'école hôtelière de Vannes (formation en deux ans de niveau bac). La Fédération Nationale de l'Épicerie, Cavistes et Produits Bio propose une formation de vendeur-conseil Caviste (certificat de qualification professionnelle). Il existe également des organismes privés de formation et de conseil spécifiques à la création d'une activité de caviste (ils sont référencés par le Syndicat des Cavistes Professionnels).

Le professionnel est un passionné qui a choisi cette activité pour faire partager son amour du vin : expert et dégustateur confirmé, il sait parler de l'origine, de la composition et des caractéristiques du vin. Il doit également être attentif aux goûts de sa clientèle, savoir adapter son offre et dispenser des conseils avisés en matière d'accords mets/vins. L'accueil, le conseil, la convivialité sont des qualités essentielles pour réussir. Il faut également être excellent gestionnaire et bon négociateur (suivi des stocks, conditions d'approvisionnement ...).

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

Une déclaration d'ouverture doit être faite 15 jours avant l'ouverture ou le changement de propriétaire, auprès de la mairie (Préfecture de police à Paris). Le professionnel doit également obtenir une "licence à emporter" auprès de la mairie (Préfecture de police à Paris). Il existe deux catégories de licence à emporter : une "petite licence à emporter" pour vendre des boissons du groupe 3 (fusion du groupe 2 et 3 depuis le 1er janvier 2016) et une "licence à emporter" pour vendre des boissons du groupe 4 et 5.

Le professionnel doit être inscrit au registre du commerce et des sociétés.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

Accueillant du public, le local doit répondre aux normes de sécurité relatives aux établissements recevant du public. Les installations doivent respecter les règles de la tranquillité du voisinage (décret 95-408 du 18 avril 1995).

Le professionnel doit respecter les normes d'hygiène des locaux (Arrêté du 9 mai 1995).

En cas d'ouverture après 22h, un permis de vente de boissons alcooliques la nuit est obligatoire. Valable 10 ans, il est délivré après une formation spécifique.

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant notamment sur les baux commerciaux : les loyers des locaux commerciaux sont indexés sur un nouvel indice de révision des loyers (Indice des Loyers Commerciaux) intégrant une méthode de calcul pondéré (calculé pour 50% sur l'indice des prix à la consommation, pour 25% sur l'indice du chiffre d'affaires du commerce de détail et pour 25% sur l'indice des prix à la consommation).

La Fédération Nationale des Cavistes Indépendants propose une charte du caviste indépendant. Les professionnels qui s'engagent à respecter cette charte peuvent se prévaloir de son label de qualité.

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DU CAVISTE

L'installation

La création est le mode d'installation le plus répandu. En fonction du concept développé, les investissements pourront fortement varier.

En cas de reprise, la valeur du fonds dépend de l'emplacement, des stocks mais aussi de la qualité des agencements.

Les investissements

Les principaux investissements sont liés à la conservation du vin (climatisation, isolation thermique) et aux agencements du point de vente. Le développement d'activités complémentaires (bars à vins, épicerie fine, dégustations, cours d'œnologie) nécessite des investissements supplémentaires.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le caviste suit la répartition de son chiffre d'affaires entre produits : vins, spiritueux, bières et accessoires. Ce suivi lui permet de connaître les périodes de fortes consommations par type de produit. Le professionnel doit animer son commerce en organisant des promotions, dégustations, animations etc.

Les recettes de l'activité

Une cave classique propose entre 150 et 200 références, mais certains cavistes proposent jusqu'à 750 références. Les activités annexes génèrent un chiffre d'affaires complémentaires et permettent de fidéliser la clientèle. Enfin, l'activité enregistre des "pointes", à Noël et lors des Foires aux vins.

Les charges à surveiller

Les achats doivent être parfaitement maîtrisés. Un surstockage entraîne des besoins de trésorerie.

La maîtrise du résultat

Le résultat dépend avant tout de la maîtrise du stock et de la politique de prix. La maîtrise des achats et la gestion des stocks sont ensuite primordiales. Enfin, si le professionnel investit dans son point de vente pour développer des activités annexes (bar à vins, épicerie fine, dégustations, cours d'œnologie), il doit veiller à la rentabilité de ses investissements (extensions, aménagements, etc.).

La gestion financière et les besoins en trésorerie

L'importance des fonds propres est considérable, compte tenu du poids des stocks. Le besoin en fonds de roulement est généralement situé autour de 15 jours de chiffre d'affaires.

		CAVISTE
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2017	695 ⁽¹⁾
	2016	653
	2015	648
	2014	849
	2013	727
	2012	702
	2011	730
	2010	854
LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen	325 K€ ⁽²⁾
	Marge brute	36,58 %
	Excédent brut d'exploitation	15,21 %
	Rotation des stocks	99 jours
	Crédit clients	11 jours
	Crédits fournisseurs	57 jours
	Besoin en fonds de roulement	19 jours

⁽¹⁾Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾Source : Moyenne indicative. Données exprimées en % et jours (de chiffre d'affaires ou d'achat).

Les principales difficultés du métier

Le secteur du commerce de détail de vins est en pleine évolution avec l'essor du e-commerce qui ravive les pressions concurrentielles.

• L'insuffisance des capitaux propres

Les professionnels doivent investir pour développer des concepts novateurs et différenciateurs par rapport aux grandes surfaces alimentaires. Il est essentiel que ces investissements ne pèsent pas trop lourdement sur la rentabilité.

• La gestion des stocks et des approvisionnements

Le professionnel doit éviter le surstockage tout en essayant d'obtenir des prix d'achats attractifs en cas de commandes importantes.

• L'intensité de la concurrence

L'intensification de la concurrence entre les différents circuits de distribution entraîne un phénomène de convergence des offres au sein de chaque circuit. Pour atténuer les tensions concurrentielles, les spécialistes sont amenés à se regrouper en réseaux, à élaborer des stratégies tournées vers un positionnement plus haut de gamme, à développer de services supplémentaires et à mettre en place de concepts novateurs.

Dans ce contexte, les affaires les plus performantes font partie d'un réseau sous enseigne et disposent de capitaux propres importants.

EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE COMMERCE	2017	11 837 ⁽¹⁾
	2016	12 516
	2015	13 608
	2014	13 783
	2013	14 102
	2012	13 647
	2011	13 424
	2010	13 265
TAUX DE SURVIE AU- DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Commerce	52,0 % ⁽²⁾
	Moyenne tous secteurs	60,4 %

⁽¹⁾ Source : Banque de France.

⁽²⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

Les principales organisations professionnelles

FNCI

Fédération Nationale des Cavistes Indépendants
77, avenue Charles de Gaulle, 92 200 Neuilly-sur-Seine
Tel : 01 46 37 53 30
<http://www.cavistes.org/>

Syndicat des cavistes professionnels

12 rue Sainte Anne, 75001 Paris
<http://www.cavistesprofessionnels.fr>

FNB

Fédération Nationale des Boissons
49, rue de la Glacière - 75013 PARIS
Tél : 01 45 87 21 41
<http://www.fnb-info.fr>

FNDE

Fédération Nationale de l'Épicerie
5, rue des Reculettes - 75013 Paris
Tel : 01.55.43.31.75
<http://www.fnde.com>

FranceAgriMer

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 40004 - 93555 Montreuil Sous Bois Cedex
Tel : 01 73 30 33 00
<http://www.franceagrimer.fr/>

La formation

Le syndicat des cavistes professionnels référence les principales formations destinées aux cavistes

<http://www.cavistesprofessionnels.fr/le-metier-de-caviste/les-formations.html>

La presse spécialisée

La Revue du Vin de France

<http://www.larvf.com>

Terre de Vins

<http://www.terredevins.com>

Portail e-business des professionnels du vin et des amateurs

Winealley.com

<http://www.winealley.com>