

Notre démarche à l'export est basée sur le postulat opportunité et faisabilité technique

Témoignage



Alix Rodarie, en charge du développement à l'international d'iDealwine, a pour ambition de faire du leader européen de la vente aux enchères de vins une référence mondiale. Créée en 2000, l'entreprise développe sa croissance à l'export, notamment à Singapour et aux États-Unis.

Comment l'aventure à l'international a-t-elle commencé pour iDealwine ?

iDealwine est un site internet qui propose la vente aux enchères de vins en ligne, ainsi que la vente de bouteilles de vin en achat direct. Grâce à notre site web, nous sommes par définition accessible partout dans le monde ! Pour autant, au départ, il n'y avait pas de volonté propre à se développer à l'export, nos principaux marchés étaient la France et ses pays limitrophes (Luxembourg, Belgique, Allemagne, Italie).

Puis, nous avons remarqué que de nombreux hongkongais faisaient le voyage jusqu'à notre siège social à Colombes pour acheter nos vins. Dans la démarche « opportunité et faisabilité » qui nous caractérise, nous sommes parvenus à la conclusion qu'il y avait un marché à saisir ! En 2010, nous avons également traduit notre site internet en anglais, ce qui nous a permis de pénétrer certains marchés anglosaxons. En 2013, nous avons ouvert un bureau à Hong Kong, après quoi iDealwine a véritablement commencé à avoir une stratégie à l'export cohérente et structurée avec des efforts dédiés.





Quelle a été votre ascension à l'export ?

Nous avons bénéficié d'une ascension à l'international assez fulgurante. A Hong-Kong, notre chiffre d'affaires est passé de 400 000 euros en 2013 à plus de 8 millions d'euros en 2022 ! Cette année, nous avons eu une croissance globale de 50%, ce dont nous sommes très fiers.

Nous travaillons sur trois grandes zones à l'international : l'Asie, l'Europe et les États-Unis.

L'Asie est un marché clé et prioritaire qui représente 45% de notre CA à l'export. Après l'ouverture de nos bureaux à Hong Kong en 2013, nous poursuivons avec l'ouverture d'un second bureau à Singapour en mars 2023 et visons aussi la Corée du Sud.

L'Europe représente aussi 45% de notre CA à l'export (hors France). Nos marchés les plus fructueux, qui se sont beaucoup développés pendant le Covid, sont l'Italie et l'Allemagne, grands amateurs de vins français. Nous sommes justement en train de traduire notre site en italien et en allemand. Pour l'anecdote, notre site contient plus d'un million de mots, donc ce n'est pas évident à traduire si nous voulons rester sur un contenu haut-de-gamme !

Enfin, les 10% restants du CA à l'export sont aux États-Unis.

Quelles sont vos ambitions à plus ou moins long terme ?

Notre ambition à court-terme est de progresser aux États-Unis, pays dont les règles administratives et douanières sont particulièrement contraignantes. Nous sommes actuellement dans une phase de réflexion et d'apprentissage car ce n'est pas un marché qui nous a attendu pour vendre du vin !

Notre ambition à long-terme est de devenir la plateforme de référence mondiale pour les amateurs de vins et de rendre le

marché accessible, transparent et au juste prix.

Notre démarche à l'export est basée sur le postulat « opportunité et faisabilité technique », les alcools étant très difficiles à exporter car soumis à beaucoup de taxes, de législations spécifiques et des documentations douanières qui diffèrent par pays... La mise en oeuvre de démarches à l'export est donc longuement étudiée en interne !

Sinon, nous avons récemment développé en partenariat avec **La Maison du Whisky** un site internet de vente aux enchères en ligne de spiritueux nommé Fine Spirits Auctions, déjà actif à l'export.