



DISTRIBUTION

La Maison du Whisky poursuit son développement

FRANCE

Avec un CA de 155 M€ en 2022, dont près de 40 M€ à l'export, en croissance de 8,5% vs 2021 et de 50% vs 2019, La Maison du Whisky confirme son dynamisme. Un succès que la société fondée par Georges Benitah en 1956 et dirigée par son fils Thierry Benitah depuis 1995 annonce devoir à sa stratégie de premiumisation et de multicanalité. Tout à la fois importateur, distributeur, exportateur, détaillant, négociant, embouteilleur et producteur de spiritueux, La Maison du Whisky s'appuie sur un portefeuille de 500 marques dont 250 en exclusivité, et plus de 4 000 références. « Notre portefeuille de produits haut de gamme permet de compenser la baisse de trafic et de volume d'achats, affirme la direction. Côté BtoB, La Maison du Whisky a collaboré en 2022 avec 2 800 cavistes indépendants, la quasi-totalité des chaînes de cavistes, 2 500 clients CHR, les principaux grossistes régionaux et nationaux et a proposé une sélection spécifique d'une quarantaine de produits aux hyper- et supermarchés. » En matière de BtoC, La Maison du Whisky est à la tête de trois boutiques à Paris, qui ont généré l'an passé un CA en progression de 19% vs 2021 et une à Singapour. Quant à whisky.fr, premier site de vente en ligne de spiritueux, créé en 1997, qui réunit plus de 4 000 produits, toutes catégories de spiritueux confondues, il a enregistré 6 M de visiteurs annuels en 2022. La Maison du Whisky compte maintenir le niveau de croissance réalisé en 2022, sa-

chant que le whisky représente aujourd'hui 65% de son CA, les rhums 15% et les autres spiritueux 20%.

Pour cela, elle compte s'appuyer sur le développement de trois projets, à commencer par The Avant Gardist (TAG), une plate-forme 100% digitale lancée en avril 2022, dédiée aux jeunes distilleries et aux marques innovantes. Si un peu plus d'un an après sa création, elle réunit plus de 70 marques et 220 références et affirme avoir vendu 11 000 bouteilles, son objectif est de proposer plus de 100 marques d'ici la fin de l'année et doubler son CA. De son côté, ecoSpirits, une technologie de distribution de spiritueux écoresponsable créée en 2018 à Singapour et lancée en CHR en région parisienne par La Maison du Whisky, elle revendique déjà en 2022 une centaine de clients et 5 200 ecoTotes vendus sur toute la France, soit l'équivalent de 33 000 bouteilles et une économie de 18 tonnes de CO₂. Forte de ce succès, elle lance ecoSpirits Retail, une nouvelle solution d'embouteillage en vrac à destination des cavistes et a également l'ambition de doubler son CA cette année. Quant à Fine Spirits Auction (FSA), plate-forme de vente aux enchères en ligne de spiritueux, créée en 2021 en partenariat avec iDealwine, avec 14 ventes réalisées en 2022, elle revendique 5 000 bouteilles acquises pour un montant de 2,5 M€, en progression de 71% vs 2021. À date, 8 ventes sont déjà annoncées pour 2023. ■

Cécile Fortis

