

INTERVIEW

de la semaine

Pour cette interview, cap sur un trio d'entrepreneuses femmes qui ont décidé à l'âge de 24 ans, de créer Cuvée privée, une entreprise qui promut le terroir français. Vendredi 13 janvier, Morgane Suquet, l'une des fondatrices, m'a ouvert les portes de sa boutique à Paris pour répondre à mes questions.

Propos recueillis par **Evy Azerad**



QUEL EST LE CONCEPT DE CUVÉE PRIVÉE ?

MORGANE : " Cuvée Privée c'est un site un site e-commerce qui te propose d'adopter des parcelles agricoles chez des producteurs en France. Le principe c'est que tu vas choisir une cuvée que tu vas adopter; tu recevras ensuite tous les 3 mois un coffret de saison, avec une bouteille personnalisée à ton nom (c'est ta cuvée privée), et une bouteille surprise du domaine qui te permet de découvrir la gamme du producteur. Tu recevras aussi des courriers tout au long de l'année qui t'explique ce qui se passe au domaine, qui décrit comment ta cuvée est élaborée... Et le point d'orgue de ton adoption c'est que tu peux te déplacer au domaine pour aller déposer un petit médaillon à ton nom dans ta parcelle, pour aller rencontrer le producteur et pour bien sûr aller déguster les autres cuvées du domaine. "

À QUEL ÂGE AVEZ-VOUS CRÉÉ CUVÉE PRIVÉE ?

MORGANE : " On avait 24 ans. On n'était même pas encore diplômé de notre école lorsqu'on a toutes les trois créé Cuvée Privée. On a jamais travaillé dans une entreprise, on a jamais eu de CDI, on a fait que des stages. Donc

Cuvée privée c'est aussi notre première expérience professionnelle.

COMMENT AVEZ-VOUS EU L'IDÉE DU CONCEPT D'ADOPTION ?

MORGANE : " Marie, Aurélie et moi étions dans la même promotion à HEC. On avait intégré beaucoup d'associations en commun, notamment l'association de vin. Tous les mercredis soirs, des producteurs venaient nous présenter et nous faire déguster leur produit. Et on s'est rendu compte que lorsque tu as quelqu'un qui te présente l'histoire et les secrets de son domaine, la dégustation est beaucoup plus magique ! Tu as l'impression de comprendre le produit que tu dégustes, et c'est une sensation qui est assez géniale. Ça a été le point de départ de Cuvée Privée. On s'était dit qu'il fallait qu'on arrive à raconter les secrets des domaines."

VOUS PROPOSEZ D'AUTRES PRODUITS QUE LE VIN ?

MORGANE : " Au départ, le produit le plus évident pour cette adoption

de parcelle c'était le vin. Parce que le vin c'est un domaine qui fait rêver tout le monde, et c'est un très gros marché en terme de vente. Mais après 2 ans dans le monde du vin; on s'est dit qu'il y avait d'autres produits qui demande tout autant de savoir-faire, et qui ont également une parcelle d'origine que les gens pourraient adopter. Assez logiquement, on s'est dit que le prochain produit à lancer sera l'huile d'olive parce que ça permettait d'avoir un produit sans alcool, et ça nous permettait de toucher une autre population (notamment les femmes). Aujourd'hui on a une clientèle qui est très masculine pour le vin. Donc on a cherché partout des superbes domaines avec lesquels travailler. Et puis ensuite ça s'est décliné sur d'autres produits : la bière, le whisky, et le cidre."



COMMENT CHOISISSEZ-VOUS VOS PRODUCTEURS ?

MORGANE : " On a des critères qui sont très précis et très nombreux; ce qui fait qu'on intègre assez peu de nouveaux producteurs chaque année. Le critère le plus important c'est la qualité. On a besoin d'avoir des produits d'exception, qui provoquent des émotions quand ils sont consommés. Pour ça, on s'est entouré d'un très grand chef sommelier, qui est Bernard Neveu (ancien chef sommelier du Bristol) qui est la garantie de la qualité des produits qu'on propose. Ensuite on travaille qu'avec des domaines qui sont labellisés, soit haute valeur environnemental, agriculture écologique, biodynamie etc... Et le troisième critère qui est vraiment propre à notre activité, c'est qu'on a besoin que les domaines qu'on choisissent puissent recevoir, puisque la visite fait parti de l'offre qu'on propose. Donc on a besoin d'avoir des producteurs qui ont l'habitude de recevoir, et qui aime partager leur passion. Pour les autres produits comme l'huile d'olive, on se base sur les médailles, et notre goût. La première oliveraie qu'on a choisit est une huile d'olive qui est choisit par des superbes belles tables étoilées; et elle est servie à l'Elysées. Et ensuite on s'est fait confiance. "



EST-CE QUE VOUS AVEZ UN PROCHAIN PRODUIT À ADOPTER ?

MORGANE : "On s'arrête sur les produits qu'on a déjà. Le but c'est de les développer davantage. L'année dernière, on a décidé d'élargir notre concept jusqu'en Allemagne. On a envie de promouvoir une consommation locale et pour nous ça n'a pas trop de sens d'envoyer à l'autre bout du monde des produits qui sont faits en France. On adorerait à terme avoir un espagnol qui a adopté du vin en Italie, un Italien qui a adopté du vin français et avoir un espèce d'écosystème cohérent mais qui reste assez européen. On a lancé une formation aussi autour du vin pour apprendre toutes les bases du vin et réussir à lire un menu au restaurant. Et ensuite on a ouvert une boutique très récemment boulevard Beaumarchais à Paris. "

caviste, après on essaye de ne pas trop réduire notre expérience au simple fait d'acheter une bouteille. L'idée c'est d'offrir une expérience d'adoption qui comprend les visites, qui comprend du contenu, c'est vraiment plus expérientielle que juste acheter un produit. "

QUELS SONT VOS PRODUITS BEST-SELLERS ?

MORGANE : "En premier c'est le vin Haut-Médoc qui est une appellation de Bordeaux plutôt entrée de gamme et accessible. En deuxième le Saint-Émilion à Bordeaux, et en troisième le Grozes-Hermitage dans le Rhône. "

" En adoptant sa cuvée privée je promus le terroir français, je soutiens les producteurs locaux "

LES FRANÇAIS SONT NOMBREUX À PRÉFÉRER PAYER PLUS CHER POUR DES PRODUITS FRANÇAIS ET DE BONNE QUALITÉ, VOUS LE REMARQUEZ ?

MORGANE : " Oui c'est vrai ça plaît de plus en plus. Nos clients veulent mettre en avant le savoir-faire français, soutenir les producteurs locaux, et les produits de leur pays. Et ils sont prêts à mettre le prix pour des produits d'exception, sur lesquels il y a de vraies histoires à raconter, et un vrai savoir-faire. Chez Cuvée Privée, on a différentes gammes de prix en fonction du degré de complexité de la production. On est au même prix que chez un

POUR CONCLURE, PEUX-TU ME DONNER UN CHIFFRE QUI REPRÉSENTE TON ENTREPRISE ?

MORGANE : " Je dirais 18. C'est la taille de l'équipe aujourd'hui. C'est assez important pour nous ce chiffre parce que souvent dans la presse on voit les fondateurs, alors qu'en fait une entreprise c'est avant tout ses salariés, c'est eux qui font tourner la machine avec nous. Et pour nous l'équipe c'est hyper important, on investit énormément dans le bien-être de tous nos salariés. "

