

MAISON VILLEVERT

2022, ANNÉE DE CONSOLIDATION POUR MAISON VILLEVERT

Maison Villevert, acteur dynamique du marché des spiritueux, renforce ses positions en France et à l'international notamment avec de récentes acquisitions de taille (en France, la Celtic Whisky Distillerie et le Cognac Groperrin et Paragon Brands au Royaume-Uni) destinées à enrichir l'univers des spiritueux français premiums signés Maison Villevert. 2022 constitue une année de consolidation pour accompagner sa croissance à moyen terme et pour se projeter dans de nouveaux projets.

MAISON VILLEVERT, UN GROUPE QUI RAYONNE DEPUIS 20 ANS

En 20 ans, Maison Villevert est devenu un Groupe référent qui a su s'imposer en France et à l'international au travers de ses activités de création, d'élaboration et de distribution de spiritueux premiums (Cîroc vodka, G'Vine gin, La Quintinye Vermouth Royal...). La capacité d'entreprendre de Jean-Sébastien Robicquet, Fondateur et Président de Maison Villevert, a permis au Groupe de structurer une offre de spiritueux français haut de gamme complétée par l'acquisition en 2020 de la Celtic Whisky Distillerie et plus récemment, fin 2021, du cognac Groperrin.

Maison Villevert réalise un chiffre d'affaires consolidé de 93 millions d'euros et emploie plus de 150 personnes à travers le monde. L'ambition est d'atteindre les 100 millions d'euros en 2023 et de recruter 20 nouveaux collaborateurs pour soutenir cette croissance.

MAISON VILLEVERT FRANCE DISTRIBUTION ÉLARGIT SON AURA

Depuis 2015, Maison Villevert déploie son propre réseau de distribution Maison Villevert France Distribution afin de créer plus de résonance pour ses marques propres et ses marques partenaires. L'ambition de Yannick Perezan, Directeur Commercial et Marketing de Maison Villevert France Distribution, est de proposer une gamme cohérente dans le paysage de la distribution française avec des marques premiums qui performant.

La vodka Cîroc confirme sa place dans le top 3 des marques de vodka premium en enregistrant une progression de 130% de ses ventes par rapport à 2021. Sur les 5 ans à venir, les perspectives sont optimistes pour Cîroc laissant présager une croissance et peut-être une place de leader. Le rhum Bumbu figure dans le top 3 des rhums premiums d'importation et devient un des top sellers de Maison Villevert France Distribution.

Du côté des gins Maison Villevert, le gin aromatisé JUNE connaît sur le marché français une croissance de ses ventes de 300% sur l'année écoulée. G'Vine gin, symbole du gin tonic à la française, enregistre une augmentation de 30% grâce à ses excellentes performances sur le réseau CHR et l'e-commerce.

MAISON VILLEVERT FRANCE DISTRIBUTION ET LE CHR

Depuis sa création, la politique de premiumisation et de diversification de son réseau de distribution porte ses fruits puisque son chiffre d'affaires a progressé de 30 %, l'ambition étant d'atteindre les 20 millions d'euros en 2022 et 30 millions d'euros d'ici 5 ans.

Aujourd'hui, 60% des ventes sont générés par le CHR avec de nouveaux partenariats (Moma Group, Groupe SCT, Mama Shelter) et grâce à des accords signés avec CHR Distriboissons, C10 et FB. En seulement deux ans de présence en grande distribution, les marques totalisent déjà 20% des ventes de Maison Villevert France Distribution. Non loin se trouve le réseau des cavistes (15%) et le e-commerce (5%).

« Les marques que nous distribuons ont trouvé leur place en CHR. Ce résultat est le fruit de notre stratégie, du travail de notre Brand Ambassadeur Emmanuel Brandelet, capable de faire rayonner nos marques auprès des barmen et des mixologues et de nos actions, notamment notre concours 'Villevert On stage'. Nous gagnons ainsi en adhésion en allant directement à la rencontre des professionnels » souligne Yannick Perezan, Directeur Commercial et Marketing de Maison Villevert France Distribution

MAISON VILLEVERT FRANCE DISTRIBUTION : CRÉATEUR DE VALEUR POUR LES MARQUES PARTENAIRES

Maison Villevert France Distribution a récemment signé des accords avec des spiritueux et tonics premiums : fin 2021, un partenariat a été engagé avec les tonics et sodas Three Cents qui montre déjà de belles performances puis, ce mois-ci, avec le rhum Matusalem avec l'ambition de redynamiser ce rhum emblématique. Enfin, depuis avril, avec la vodka bio Le Philtre, déjà créée et élaborée par Maison Villevert.

MAISON VILLEVERT À L'INTERNATIONAL

Aujourd'hui, Maison Villevert est implantée sur les cinq continents et dans 60 pays. Avec ses filiales de distribution Icon Spirits (Espagne) et Paragon Brands (Royaume-Uni), elle préempte les principaux pays consommateurs de gins pour faire rayonner ses marques phares.

Ainsi, l'Espagne et le Portugal sont considérés comme les marchés les plus porteurs pour Maison Villevert. Viennent ensuite s'ajouter le Royaume-Uni, l'Allemagne, le Duty Free, l'Italie et la Grèce.

En janvier dernier, le Groupe annonçait son arrivée sur le marché nord-américain en concluant un partenariat exclusif de distribution avec BCI Distribution. Maison Villevert entend notamment profiter des tendances de consommation axées sur les cocktails iconiques. Elle s'appuiera ainsi sur ses marques phares, G'Vine gin et La Quintinye Vermouth Royal pour donner une dimension résolument française au classique Negroni.

« Sur le marché nord-américain, nous cherchons à installer nos marques premiums, en apportant notre French Touch, pour offrir de nouvelles émotions gustatives aux consommateurs. Nos objectifs à 3 ans sont de mieux connaître le marché, de comprendre ses spécificités et de séduire de nouveaux consommateurs » explique Jean-Sébastien Robicquet, Fondateur et Président de Maison Villevert

MAISON VILLEVERT ET L'ENVIRONNEMENT

Depuis sa création, Maison Villevert fait des enjeux de durabilité et environnementaux des axes majeurs de son développement destinés à limiter son impact industriel.

Sur le site Adéona (R&D, distillation, conditionnement et logistique), Maison Villevert investit 8 millions d'euros sur 3 ans, avec notamment la construction en cours de 2 000 m² de chais supplémentaires (superficie totale de 6 000 m²). Maison Villevert a obtenu récemment de nouvelles certifications environnementales : ISO 22000 (2020) et ISO 14001 (2021) qui viennent s'ajouter au classement du site en Installation Classée pour l'environnement (ICPE) et à l'adhésion au Carbone Disclosure Project (CDP) depuis plus de 10 ans. Au cours des quatre dernières années, une économie de près de 7 000 tonnes équivalent CO₂ a été enregistrée (une baisse de 30% de son empreinte carbone) et sa consommation d'eau a été divisée par deux.

Le Domaine viticole du Pérat (60 hectares de terre dont 35 de vignes) a obtenu la Certification Environnementale Cognac (CEC) et Haute Valeur Environnementale (HVE) en 2021 pour ses engagements sur le traitement de ses effluents phytosanitaires, son plan d'épandage, le respect des chartes environnementales et l'utilisation de matériel limitant l'application d'intrants. Maison Villevert a mis en place un programme de plantation de massifs paysagers et de haies mellifères sur plusieurs années et installera des ruches cette année sur le domaine.

« Maison Villevert porte depuis dix ans une vision environnementale durable destinée à limiter son impact écologique, de la vigne à la bouteille. Actuellement, nous édifions le premier bâtiment 'carbone neutre' de la zone d'activité où se situe notre site industriel. Et nous bénéficions du soutien de la Région Nouvelle Aquitaine et de son ambitieux programme 'Usine du futur » précise Jean-Sébastien Robicquet, Fondateur et Président de Maison Villevert

MAISON VILLEVERT ET L'EXCEPTION CULTURELLE FRANÇAISE

Depuis 20 ans, Maison Villevert s'engage dans nombreuses formes d'expression artistique. Elle acquiert régulièrement des œuvres d'art réalisées par de jeunes artistes internationaux dont le travail est en relation avec la nature, les spiritueux et l'art de vivre et s'investit dans de prestigieux festivals : le festival Piano en Valois, Cognac Blues Passion et le Festival du Film Francophone d'Angoulême. Maison Villevert a également rassemblé une magnifique collection de près de 1000 ouvrages anciens centrés sur les spiritueux, les vins, la distillation, le goût... Quelques livres rares, issus de cette collection, font actuellement l'objet d'un prêt pour l'exposition d'envergure « phylloxera, une épopée humaine et scientifique » qui ouvrira de mai à décembre dans les musées de la ville de Cognac.