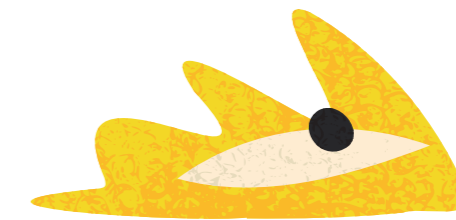


DOSSIER DE PRESSE

V and B

« Le concept convivial qui réinvente le boire ensemble »





INTRODUCTION

Depuis sa création, V and B s'est donné une mission simple : créer des lieux de vie où la convivialité est au cœur de chaque moment.

Plus qu'un simple caviste ou un bar, **V and B** est un **concept hybride** qui rassemble, fait découvrir et partage autour de produits de qualité accessibles à tous.

Son ambition est de démocratiser la culture du vin, de la bière, des spiritueux et des sans alcool dans une **atmosphère chaleureuse et décomplexée**.

PRÉSENTATION de V and B



L'art de transformer la convivialité en véritable mode de vie.

Depuis 2001, V and B bouscule les codes avec un concept hybride devenu signature : à la fois **cave et bar**, mais surtout **véritable lieu de vie**.

Derrière la marque, une idée simple et puissante : **faire de la convivialité une force**. On ne vend pas seulement des boissons, on crée des moments. Des instants de partage portés par une culture d'entreprise fondée sur la liberté, la confiance et l'envie d'entreprendre.

Réseau en pleine expansion, V and B s'appuie sur une communauté d'entrepreneurs et de passionnés, unis par une même énergie : celle de faire vivre **des expériences authentiques**, accessibles et profondément humaines. Plus qu'un concept, une dynamique.

Le concept repose sur une double expérience :

- Acheter des produits sélectionnés
- Les déguster sur place

Accessible et convivial, V and B s'adresse aussi bien aux amateurs qu'aux connaisseurs.

Année de création : 2001
Nombre de magasins : 300
Présence : **France entière et 1 magasin en Angleterre**
Modèle : **Franchise**

HISTOIRE ET DÉVELOPPEMENT

Créé en 2001, V and B est né d'une idée simple : réunir en **un seul lieu le plaisir de l'achat et celui de la dégustation**.

Au fil des années, l'enseigne s'est développée grâce à un modèle de franchise solide et une identité forte.

Aujourd'hui, V and B est devenu un acteur incontournable du secteur.

Une expérience unique

- Dégustation sur place
- Ambiance conviviale
- Conseils personnalisés
- Achat à emporter

Positionnement

V and B se distingue par :

- Son concept hybride cave + bar
- Une atmosphère accessible et festive
- Une expertise produit forte

Une offre riche

V and B propose une large sélection de :

- Bières (pression et bouteilles)
- Vins
- Spiritueux
- Sans alcool
- Produits locaux et exclusifs

La marque s'adresse à une clientèle variée :

- Jeunes actifs
- Groupes d'amis
- Amateurs de découvertes

RÉSEAU

Avec 300 établissements, V and B est présent sur l'ensemble du territoire français. Le développement repose sur un modèle de franchise performant, permettant une croissance rapide et maîtrisée.

V and B poursuit son expansion avec :

- De nouvelles ouvertures chaque année
- Des collaborations exclusives





LE CONCEPT EN DÉTAIL

Quand le comptoir devient scène locale

Dans les établissements V and B, la convivialité ne s'arrête pas au verre : elle s'exprime aussi dans une programmation qui fait vivre les lieux au rythme de leur territoire.

Soirées à thème, concerts, afterworks, rencontres autour de la découverte de produits... chaque événement est pensé comme un moment de partage, ouvert et accessible. **Une manière de créer du lien**, de soutenir les talents locaux et d'inscrire chaque adresse dans la vie de quartier.

Plus que des rendez-vous festifs, **ces initiatives participent à faire des V and B de véritables espaces de rencontre**, où se croisent habitués, curieux et acteurs locaux.

Une animation maîtrisée, au service du collectif – **toujours dans le respect d'une consommation responsable**.

Un comptoir, mille découvertes

Chez V and B, l'offre ne se contente pas d'aligner des références – elle raconte une culture du goût, accessible et curieuse.

Bières pression ou bouteilles venues d'ici et d'ailleurs, avec une place de choix accordée aux bières craft en plein essor, sélection de vins pour amateurs comme initiés, palette de spiritueux soigneusement sourcés : **chaque produit est pensé pour être découvert, partagé, commenté**.

À cette diversité s'ajoute une montée en puissance du sans alcool, portée notamment par l'investissement du groupe dans Gueule de Joie. Loin d'être une simple alternative, cette offre s'inscrit comme **une expérience à part entière**, en phase avec l'évolution des attentes des consommateurs.

Le tout enrichi par des **produits locaux et des exclusivités**, qui ancrent chaque établissement dans son territoire tout en cultivant la surprise.

POSITIONNEMENT

Un modèle hybride qui conjugue performance et responsabilité

Derrière le développement soutenu de V and B, un modèle bien rodé : celui d'une franchise structurée, portée par une marque installée et une approche maîtrisée du terrain. Résultat, des points de vente solides, pensés comme de véritables lieux de vie ancrés localement.

Le concept repose sur une double expérience complémentaire : découvrir sur place dans un cadre convivial, ou prolonger l'expérience chez soi grâce à une offre à emporter. À cela s'ajoute une programmation régulière — rencontres, animations, temps forts culturels — qui dynamise les établissements et renforce leur rôle de carrefour social.

Mais la performance économique ne se fait pas sans ligne de conduite. V and B revendique des engagements clairs : promotion d'une consommation responsable, valorisation des produits locaux et soutien aux producteurs. Une approche qui s'inscrit dans une vision durable du développement.

Concept hybride, expertise produit, atmosphère accessible : l'enseigne séduit un public large, du néophyte curieux aux groupes en quête de moments partagés.

Un modèle qui prouve qu'attractivité, ancrage local et responsabilité peuvent avancer de concert.



Un maillage territorial qui mise sur le local

Avec un réseau en constante expansion, V and B s'appuie sur un maillage solide du territoire français. 300 points de vente jalonnent aujourd'hui l'Hexagone, avec une présence qui s'étend aussi progressivement à l'international.

Au cœur de ce déploiement : un modèle de franchise structuré, qui permet à des entrepreneurs locaux de s'approprier le concept tout en bénéficiant de la force d'une marque reconnue. Chaque implantation s'inscrit ainsi dans son environnement, en lien avec les dynamiques locales.

Cette stratégie de proximité fait du réseau V and B un acteur ancré dans les territoires, capable d'allier développement national et identité locale.



Un développement maîtrisé, au plus près des territoires et de leurs publics.
Élue meilleure franchise de France 2026

UNE MARQUE MULTIFACETTES

La stratégie d'une marque aux multiples visages

Derrière l'enseigne V and B, le groupe V and B déploie une architecture singulière, pensée comme **un écosystème complet**.

À la fois distributeur, producteur et moteur entrepreneurial, le groupe ne se limite pas à un rôle unique. Il sélectionne, développe et fait émerger des offres, tout en accompagnant un réseau d'entrepreneurs qui incarnent le concept sur le terrain. Cette approche intégrée lui permet de maîtriser l'ensemble de la chaîne, de la conception à la mise à disposition, tout en restant **agile face aux évolutions du marché**.

Le groupe V and B se positionne comme **une plateforme d'initiatives**, où cohabitent savoir-faire, expérimentation et développement de projets.

Une structure multifacette, au service d'une vision globale – alliant croissance, ancrage local et responsabilité.

Dans la continuité de son développement, le groupe V and B s'affirme également comme un acteur aux multiples engagements, bien au-delà de son activité économique. Le groupe construit une **véritable culture d'entreprise**, où la marque employeur occupe une place centrale : attractivité des talents, **accompagnement des parcours et valorisation des initiatives individuelles** participent à une dynamique interne fondée sur la confiance et l'autonomie.

Au-delà de son organisation, le groupe V and B s'inscrit aussi comme une marque culturelle, en soutenant des projets, des événements et **des initiatives qui participent à la vie locale** et à la création de lien social. Cette dimension s'exprime également à travers un rôle de sponsor et de mécène, en accompagnant des acteurs variés dans une logique de soutien durable aux énergies de terrain.

Une présence globale qui dépasse le cadre économique pour s'ancrer dans le tissu culturel et humain des territoires.



Le rendez-vous où musique et convivialité se rencontrent

En quelques années, le V and B Fest' s'est imposé comme l'un des événements incontournables de l'Ouest. Pensé par V and B, le festival réunit chaque année des milliers de festivaliers autour d'une programmation mêlant concerts, découvertes artistiques et expériences conviviales.

Plus qu'un événement musical, le V and B Fest revendique un esprit : celui du partage, de la proximité et de la rencontre. Un ADN fidèle à celui du groupe, dans un cadre encadré et responsable.

Un festival à taille humaine devenu un véritable marqueur culturel du territoire.





La brasserie-distillerie où V and B explore le goût à la source

Avec Mont Hardi, le groupe V and B franchit une nouvelle étape dans la maîtrise de son univers produit, en développant **une brasserie-distillerie pensée comme un véritable laboratoire de création.**

Ici, la fabrication devient un terrain d'expérimentation. Bières craft et spiritueux sont élaborés sur place, dans une logique artisanale où **le travail des matières premières, le savoir-faire et l'innovation occupent une place centrale.** Chaque recette est pensée comme une exploration, entre tradition brassicole et recherche de nouvelles expressions gustatives auxquelles les cavistes V and B participent de façon régulière.

Un projet qui incarne une ambition : aller au plus près du produit, dans une démarche artisanale, maîtrisée et responsable.



Former les cavistes de demain, au cœur du terrain

Avec V and B Academy, le réseau V and B structure **sa propre filière de formation** et mise sur la transmission comme levier de développement.

Pensée comme un véritable centre de formation d'apprentis (CFA), l'Academy propose des parcours certifiants dédiés aux métiers de caviste et de manager, mêlant enseignements théoriques et immersion en magasin. Objectif : former des profils opérationnels, capables de conseiller, gérer et animer un point de vente au sein du réseau. Installée à Château-Gontier, l'école s'appuie sur **des formateurs experts et sur l'écosystème du groupe** – brasserie, vignobles, réseau de franchisés – pour offrir une approche concrète et professionnalisante.

Plus qu'une formation, la V and B Academy se positionne comme **un tremplin vers l'emploi et l'entrepreneuriat**, avec une ambition claire: faire émerger une nouvelle génération de professionnels, en phase avec les évolutions du secteur et les attentes des clients.

Une école intégrée, au service d'un savoir-faire... et d'un savoir-être.



L'esprit urbain, version lieu de vie

Avec les Levrette Café, le groupe V and B décline une nouvelle facette de son savoir-faire : des **adresses au positionnement urbain**, pensées comme des espaces hybrides entre café, bar et lieu de rencontres.

Le concept mise sur une ambiance contemporaine, événements culturels et afterworks – et une expérience accessible, tournée vers le partage et la découverte. Chaque lieu s'inscrit dans son environnement, en phase avec les usages **d'une clientèle citadine** en quête de moments simples et conviviaux.

À travers Levrette Café, le groupe explore un format complémentaire, plus compact et ancré dans les centres-villes, tout en conservant son ADN : créer du lien et faire vivre des lieux.



La table signée V and B, entre terroir et modernité

Avec Gargalou, le groupe V and B explore un nouveau territoire : celui de la restauration, en proposant un concept qui fait la part belle au produit et au partage.

Pensé comme un lieu chaleureux et accessible, Gargalou revisite l'esprit table d'hôtes à travers **une cuisine généreuse, inspirée du terroir et des saisons.** L'accent est mis sur des produits soigneusement sélectionnés, **souvent issus de circuits courts**, dans une logique de qualité et de proximité.

Dans la continuité de l'ADN du groupe, l'expérience se veut conviviale et décomplexée, où l'on vient autant pour manger que pour se retrouver.

ENGAGEMENTS ET VALEURS

Des engagements ancrés dans le territoire et la responsabilité

Pour V and B, le développement ne se conçoit pas sans responsabilité. L'enseigne inscrit son action dans une démarche qui vise à encourager des pratiques plus responsables, en accompagnant les usages et en sensibilisant à une approche mesurée des produits proposés.

Cet engagement se traduit également par **une attention particulière portée aux produits locaux et aux circuits courts**. En valorisant les producteurs et les savoir-faire de proximité, V and B renforce son ancrage territorial tout en soutenant une économie plus directe et plus lisible.

Au-delà de son activité, l'enseigne affirme enfin une dimension sociétale, en s'impliquant dans des initiatives locales et en participant à la dynamique des territoires où elle est implantée.

Une ligne de conduite claire : conjuguer développement, proximité et responsabilité dans la durée.



Faire

SIMPLE



Oser

OSER



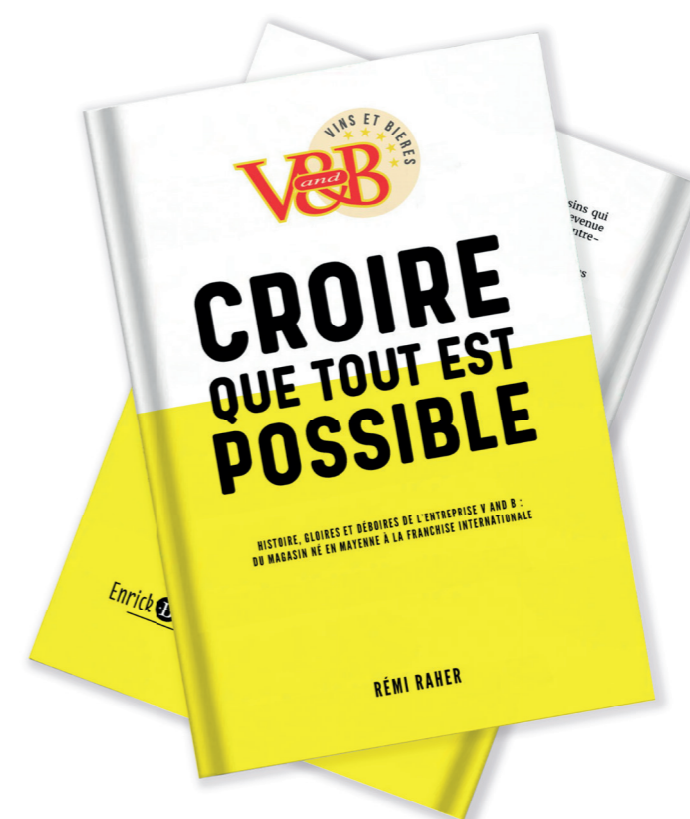
Rester ouvert aux

AUTRES



Cultiver la

GRINTA



Exraits du livre :

CROIRE QUE TOUT EST POSSIBLE

HISTOIRE, GLOIRES ET DÉBOIRES DE L'ENTREPRISE V AND B : DU MAGASIN NÉ EN MAYENNE À LA FRANCHISE INTERNATIONALE.

Rémi Raher, 2020.

DISPONIBLE SUR AMAZON





L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION