

Comment le Vin se 2.0 en Chine ?

Author : olivier-verot

Le Vin se met au 2.0 en Chine?

Beaucoup ont une certaine image du vin soit élitiste, *il faut être un connaisseur pour apprécier le vrai et bon vin*, soit bon vivant *avec le pinot sur le table* au déjeuner, avec la charcuterie et le fromage. Ou seulement français. Mais ce qui demeure, c'est la manière d'acheter le vin. Que ce soit chez le producteur, en boutique spécialisée ou encore en supermarché, le consommateur fait la démarche d'aller voir les différents vins proposés et d'en acheter un directement, In Real Life.



French cellar wines

L'habitude n'est pas à la commande par internet, du moins pas encore.

Car de plus en plus de détaillants, entrepreneurs et autres businessmen saisissent cette part du marché encore peu exploitée, celle du Vin 2.0.

Si les français n'ont pas ce réflexe de tout commander par internet en France, bien que cela change progressivement, la Chine est championne en la question.

Tout se livre, que ce soit au domicile ou au travail, alors pourquoi pas le vin ?

Il faut savoir que la Chine est le premier consommateur de vin rouge, et malgré cela, le vin français (sans évoquer le local) premier prix disponible au Royaume du Milieu est incroyablement mauvais. Ceux plus chers ne sont pas meilleurs.

Ainsi, au vu des difficultés à trouver un bon vin français en Chine, ainsi que du nombre croissant d'expatriés français, le vin 2.0 est devenu la solution :

Il est donc désormais possible de passer commande de bouteilles de vins certifiés français, via Internet sur les sites de e-commerce de sociétés d'exportations de vins français.

Certains, comme [The French Cellar Cie](#), améliorent le concept de la simple livraison à domicile, pour fournir à leur client une expérience originale et pratique : la souscription à un abonnement mensuel.



French Cellar

Comme son nom l'indique, chaque mois l'abonné reçoit son colis contenant des bouteilles de vin, selon le niveau auquel il a souscrit. Une originalité qui est renforcée par la sélection renouvelée mensuellement par le sommelier de la cie, Nicolas Rebut, triplement étoilé, des vins bios et un certificat de l'origine des vins.

Un marché florissant

Ainsi, il s'agit de mettre au goût du jour la vente de vin dans un pays qui subit depuis 2012 un ralentissement, du à l'embargo opéré par le gouvernement chinois pour contrer la corruption en Chine. Il faut savoir que le vin français notamment est considéré comme étant un produit luxueux, il est donc souvent offert comme cadeau lorsque certaines personnes veulent obtenir des faveurs politiques, juridiques ou économiques.

D'autres sociétés d'exportateurs viticoles français se sont également mis au 2.0 afin de promouvoir leurs produits, créant des websites de e-commerce à destination des expatriés en Chine, en mal de vin.

Du besoin naît la création : les importateurs et exportateurs de vins l'ont bien compris puisqu'ils saisissent ce marché en pleine expansion et en premier lieu en Chine, où la livraison à domicile et les achats sur internet sont devenus la norme.

Le système est amené à prendre rapidement de l'ampleur et s'il ne conquiert pas tout de suite la France au regard de la culture du vin profondément ancrée, il pourrait vite s'imposer aux Etats-Unis et en Australie...



Lire plus :

[Les clefs du succès pour réussir sur le e-commerce crossbordering en Chine](#)

[10 digital strategies you need to learn if you work in travel industry in China](#)