



LA SPIRITHÈQUE

REVUE DE PRESSE
2022/2023



DOSSIER

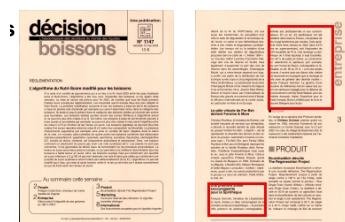
LA SPIRITHÈQUE : UNE OFFRE PREMIUM ET AVANT-GARDISTE

réduction des déchets en incitant au réemploi des bouteilles. « *L'Explorateur du Goût s'est donné pour mission d'apporter aux professionnels comme aux consommateurs des alternatives de consommation plus durables, et La Spirithèque est une innovation pionnière dans ce mouvement* », affirme François Sommer. Pour autant, pas question de lésiner sur la qualité des spiritueux avec, au programme des dégustations, des « spiritueux d'autres » comme les whiskies écossais de Scott Watson, les whiskies français de Adrien Granchère, les rhums de Bruno Le Merle ou encore le gin d'Édouard Betegnè. « *Le consommateur sélectionne le spiritueux qu'il souhaite, puis son format de flacon, rechargeable et réutilisable en 70 cl, 50 cl ou 20 cl. Lors des visites suivantes, il revient avec son flacon vide, réalise une économie en ne payant que la recharge et évite ainsi de générer des déchets inutiles.* » Force est de constater que le succès est au rendez-vous : 43 spirithèques ont déjà été installées en France et 3524 litres de spiritueux ont été vendus en 2022 (dont 2475 litres en superpremium), soit l'équivalent de 5 034 bouteilles de 70 cl. ■ **Cécile Fortis**



© La Spirithèque

En 2020, François Sommer, à la tête de L'Explorateur du Goût, dévoilait La Spirithèque, un concept inédit de vente de spiritueux en vrac. Pour cela, il a imaginé une offre clés en main à partir d'un meuble conçu par le Studio Jean-Marc Gady, destiné à accueillir les dames-jeannes de spiritueux. Une structure fabriquée en France à partir de bois de forêts durables françaises et européennes, et surtout modulaire et évolutive afin de s'adapter à tous les environnements. Elle se compose de 4 ou 7 modules rétroéclairés pour un abonnement de 15 € par mois les 4 modules ou de 25 € avec l'extension de 3 modules supplémentaires. La promesse ? Un bilan carbone optimisé, avec une diminution de 50% des émissions de CO₂ côté transport, et la



Une première année encourageante pour la Spirithèque

François Sommer, fondateur de L'Explorateur du Goût, dresse un bilan encourageant de la première année de la Spirithèque, « *la première offre premium de spiritueux rechargeables* » destinée aux professionnels et aux consommateurs. En un an, 43 spirithèques ont été installées dans toute la France, composées de trois à sept bonbonnes par meuble. Cela représente 3524 litres vendus en 2022 (dont 2475 litres en super-premium), soit l'équivalent de 5034 bouteilles de 70 cl. Une recharge La Spirithèque de 5 litres équivaut à sept bouteilles, avec 40 % de poids en moins. Le consommateur sélectionne le spiritueux qu'il souhaite, puis son format de flacon, rechargeable et réutilisable, en 20, 50 ou 70 cl. « *Lors des achats suivants, il revient avec son flacon vide, réalise une économie en ne payant que la recharge et évite ainsi de générer des déchets inutiles* », précise François Sommer. La gamme d'une douzaine de références met en valeur des auteurs de spiritueux engagés pour la défense de l'environnement comme Scott Watson pour les whiskies écossais, Adrien Granchère pour le whisky français, Bruno Le Merle pour le rhum et Edouard Betegnien pour le gin.



— DÉVELOPPEMENT DURABLE —

**BILAN CARBONE :
FAUT-IL EN FINIR AVEC LA BOUTEILLE EN VERRE ?**

Même si la question de l'empreinte carbone des rhums ne figure pas encore parmi les principaux critères d'achat, elle prend de l'ampleur, alors que le dérèglement climatique ne cesse de s'accroître. Si la filière rum fait de nombreux efforts pour rendre la production écoresponsable, la logistique et la distribution sur les marchés cibles sont encore des axes d'amélioration importants. Plusieurs solutions existent sans qu'aucune ne fasse figure de panacée.

Par Fabrice Humbert

Avril 2023

*François Sommer, créateur de la Spirithèque et de l'Explorateur du goût*

Maison du Whisky nous explique comment fonctionne le concept : « le producteur de spiritueux envoie des IVC (contenant 220, 500 ou 1 000 litres) à l'entrepôt de Saint-Ouen-L'Aumône dans le 95. Là le spiritueux est reconditionné dans des ecoTOTES, des bonbonnes en verre de 4,5 litres, protégées par une coque en aluminium et une coque de plastique recyclé et recyclable. Laquelle est envoyée dans le circuit CHR (cafés, hôtels, restaurants...) où le gérant la réceptionne. Deux options s'offrent alors à lui. Soit opter pour un bec verseur qui lui permet de réutiliser des bouteilles de la marque qu'il possède déjà. Sinon nous leur recommandons d'acheter 5 à 6 bouteilles de la marque pour pouvoir les positionner en évidence derrière le bar. Soit opter pour un système de versement très précis qui lui permet de remplir directement les verres de la quantité de liquide souhaitée (2, 4 cl ou plus). Là aussi nous recommandons qu'il y ait au moins une bouteille visible en backbar. Une fois l'ecoTOTE vide, nous la récupérons, elle est lavée, remplie à nouveau et réutilisée. » Pour le moment, seule la marque Plantation, pour son Tristar, l'original Dark et le Pineapple, ont opté pour ce système dans l'univers du rum. En 2022, 5 200 ecoTOTES ont permis d'économiser environ 18 tonnes de CO₂, soit l'équivalent de 12 000 allers-retours Paris-Bordeaux en TGV, de 83 000 km en voiture (soit 54 allers-retours Paris-Marseille), 18 allers-retours Paris-New York en avion ou encore plus de 281 000 heures de streaming vidéo. La solution ne s'applique qu'au CHR et aux gammes qui ont une rotation importante, mais LMDW va lancer un service similaire en direction des cavistes. Une sélection de batch exclusifs qui seront disponibles uniquement en ecoTOTES, leur sera proposée. Le caviste pourra ainsi remplir la bouteille que lui rapportera son client, ou l'utiliser pour verser des verres de dégustation. L'étiquette sera changée à chaque fois si le produit est différent. Via un partenariat avec Maison Richard, ecoSPIRITS est pour le moment utilisé uniquement en région parisienne, en Bourgogne et en Champagne, mais le système va se répandre dans l'hexagone en 2023. Et de son côté, le groupe Pernod-Ricard teste le système à Singapour.

LA SPIRITHÈQUE, OU LE VRAC QUALITATIF

Ce passage du vrac au haut de gamme et au canal de distribution des cavistes a déjà été mis en place par le distributeur l'Explorateur du Goût, avec sa Spirithèque. « La vente de vin

et de spiritueux en vrac était souvent associée aux produits d'entrée de gamme à petit prix, explique son créateur François Sommer. Avec la Spirithèque, nous avons imaginé un système de distribution en vrac dont le design et le contenu qualitatifs rassurent les consommateurs qui souhaitent acheter des spiritueux, tout en faisant un geste écoresponsable. » Le spiritueux arrive d'abord chez l'Explorateur du goût dans des IVC pouvant contenir 1000 litres, puis il est conditionné en bibs, avant d'être livré aux cavistes qui ont installé le mobilier qui permet d'accueillir la Spirithèque, fabriqué en France avec du bois de hêtre certifié FSC. Là, le spiritueux est transvasé dans des bonbonnes de 5 litres en verre recyclé. Lorsqu'un client veut acheter un spiritueux de la Spirithèque, le caviste remplit une jolie bouteille fournie avec le dispositif et il repart avec. Il la rapportera une fois qu'elle sera terminée, afin qu'elle soit remplie à nouveau du même spiritueux ou d'un autre. Pour le moment, 3 rhums sont disponibles en Spirithèque : un rhum agricole blanc 50% de la distillerie poisson, un rhum de Trinidad & Tobago Zaka 5 ans d'âge, et un rhum de l'embouteilleur écossais Rum & Cane qui est un assemblage de rhums de la République dominicaine et de rhums cubains. 🍷

Le transport à la voile se développe

Même conditionné en vrac dans de grandes cuves, le rum traverse les océans sur d'immenses porte-conteneurs qui fonctionnent au fioul. Il existe pourtant une alternative : le transport à la voile. Même si elle reste encore confidentielle, qu'elle coûte plus cher et prend plus de temps, cette solution se développe. Ainsi les Frères de la Côte vont-ils armer un deuxième navire à voiles, tandis que TOWT prévoit de lancer en décembre 2023 son premier voilier-cargo (et trois supplémentaires d'ici 2026). À propos du transport à la voile, vous pouvez relire l'interview de Raphaël Mangin et Grégory Girardin dans le précédent numéro : <https://rumpoter.com/devenez-armateur-grace-aux-freres-de-la-cote/>



VOUS

Conso Le vrac remet le paquet

Malgré un net ralentissement dû à la crise sanitaire, le marché de la vente sans emballage reprend des couleurs et innove en proposant de nouvelles gammes de produits. Etat des lieux à l'occasion du «mois du vrac».

Par
FLORIAN BARDOU
et **JULIE RENSON MIQUEL**
Photo **VÉRONIQUE PÊCHEUX**

Récupérer de la gnôle chez l'épicier avec des bouteilles réutilisables : l'idée peut paraître d'un autre temps, elle est pourtant de nouveau expérimentée. La distillerie familiale charentaise Tessendier, qui livrait jusque-là ses spiritueux (cognac, whiskies, gins, rhums) en vrac auprès de bars et de cavistes, distribue désormais ses élixirs bio via des épiceries spécialisées. Concrètement, elle fournit aux magasins les dames-jeannes avec les bouteilles réutilisables ainsi que les étiquettes affublées des mentions légales. Une solution également développée par le grossiste l'Explorateur du goût, qui a commercialisé auprès d'une centaine de cavistes sa «spirithèque», soit un meuble modulaire en bois avec des bonbonnes rechargeables adaptées à ce mode de consommation antigaspillage et zéro déchet.

«Il y a pas mal d'innovations et aujourd'hui une dizaine de familles de produits sont disponibles en vrac», souligne Célia Rennesson, directrice générale du Réseau Vrac. Parmi les nouveautés mises en exergue par la cofondatrice de cette association qui fédère les professionnels de la filière depuis 2016 : des colorations végétales pour des salons de coiffure «faites sur mesure et à la juste quantité» avec un emballage réutilisable ou encore des croquettes ou de la litière végétale (des pellets de bois) pour chat vendus en jardinerie, voire dans quelques hypermarchés tests.

GESTE ÉCOLOGIQUE

Bien que l'offre du vrac ait pâti de la crise sanitaire, de la concurrence de la livraison à domicile et du drive, sans compter les fermetures de magasins, celle-ci continue de s'étendre. C'est le cas pour nombre de produits, des aliments à l'hygiène en passant par le ménager. Il existe toutefois des exceptions, comme le lait pasteurisé, des

aliments pour bébé, les surgelés, des compléments alimentaires, pour des raisons de sécurité sanitaire, ou des denrées «compliquées» à distribuer (car friables ou pâteuses) : les chips, les sauces ou les confitures.

Cette extension concerne aussi le nombre de références et les points de vente (épiceries spécialisées, magasins bio et grande distribution), au nombre de 10 000 dans l'Hexagone. «Quand j'ai fondé Réseau Vrac, il n'y avait que quinze commerces spécialisés, fixes ou ambulants. Aujourd'hui, il y en a plus de 1000!» note encore Célia Rennesson, à l'initiative du «mois du vrac», une opération de promotion de ce mode de consommation qui se déroule en mars. Et les grandes marques distributrices conventionnelles ou industrielles (M&M's, Michel et Augustin, Lustucru, Carte noire, Kellogg's) embraient.

Deux facteurs d'explication à cette tendance : d'un côté le vrac est plutôt plébiscité par les consommateurs qui y voient, à juste titre, une façon d'allier le geste écologique à la maîtrise des dépenses et des quantités, selon différentes études (OpinionWay, l'Observatoire société et consommation) ; de l'autre, depuis la loi climat et résilience votée en 2021, les supermarchés de plus de 400 m² devront consacrer au moins 20 % de leur surface à la vente de produits sans emballage d'ici à 2030.

En revanche, à l'heure actuelle, même en multipliant les tests avec des «coins vrac» en rayons, la grande distribution est loin de remplir ces objectifs. La faute, selon ses représentants, aux réglementations en matière d'hygiène ou aux casse-tête logistiques, et à un business model encore fragile. «Pour certains consommateurs, c'est aussi un frein de ne pas retrouver la marque à laquelle ils ont été habitués», ajoutent Elisa Monnot et Fanny Reniou, enseignantes-chercheuses, spécialistes des modes de consommation responsable, respectivement à CY-Cergy-Paris Université et à l'IGR-IAE Rennes.

La filière est d'ailleurs consciente des efforts à faire pour être plus accessible. C'est d'abord une question de prix, dans un contexte d'inflation galopante. «Avec la crise énergétique et du pouvoir d'achat, les gens font des arbitrages dans leurs dépenses et ils le font au détriment des courses du quotidien. Quand on n'a pas de sous, on va chez le discounter», relève Célia Rennesson.

«QUESTION DE PERCEPTION»

Une étude récente de 60 Millions de consommateurs sur plus de 500 magasins a d'ailleurs montré que le prix des produits conventionnels vendus en vrac est plus élevé que ceux préemballés, mais plus bas pour le bio en vrac et dans les épiceries bio. Cela pourrait s'expliquer par le fait que les hypermarchés tirent en réalité les prix du préemballé vers le bas, sans répercuter sur le vrac les économies faites sur les emballages et le marketing. «Le prix dépend vraiment des produits, mais c'est aussi une question de perception des consommateurs qui voient le prix au kilo, forcément plus cher», concluent Elisa Monnot et Fanny Reniou. Les acteurs de la filière doivent clarifier ce point-là pour améliorer l'accessibilité du vrac. Sans oublier de diversifier les produits disponibles, de faire évoluer la charge logistique et la signalisation en magasin.» Bref, il y a encore du travail en rayon. ◀

<https://www.libération.fr/lifestyle/conso-le-frac-remet-le-paquet>