

# G

Génération de la valeur

## Porteur(s)

Depuis plus de 15 ans, Françoise et Stéphane Dief, à force de ténacité et d'une impressionnante capacité de travail, réalisent leur rêve en créant et en développant, avec une exigence de qualité sans faille, leur cru Clos "Manou" (surnom de Stéphane), un vin bordelais d'appellation Médoc, au sein de leur entreprise SOGEVITI.

## Proposition de la valeur

SOGEVITI a deux activités, d'une part, une prestation réalisée pour un autre Château du Médoc et, d'autre part, la production de deux crus dans l'appellation Médoc : Clos Manou (20 à 22 euros prix consommateur, 40% du volume) et le second vin Petit Manou (10 à 12 euros, 60%).

## Fabrication de la valeur

L'entreprise occupe 9 permanents (dont le couple Dief), exploite 18 hectares pour Clos Manou et Petit Manou, possède un cuvier de 600m<sup>2</sup> et un chai de stockage conçu dans un esprit écologique ; la distribution est réalisée auprès des particuliers, de certains professionnels (cavistes, restaurants) et de la Place de Bordeaux.

# R

Rémunération de la valeur

## Sources des revenus

En 2012, la prestation génère 24% du CA et les 76% provenant des deux vins produits correspondent aux ventes en France (20%, particuliers, cavistes et restaurants) et à l'export (80%, 17 négociants de la Place de Bordeaux) ; la prestation a fourni le CA dont les revenus ont financé le rachat progressif du vignoble.

## Volume des revenus

Le CA 2012 se situe autour de 1M€ (235K€ en prestation, 757K€ de ventes de 40000 bouteilles de Clos Manou, 60000 bouteilles de Petit Manou) ; le CA prestation se stabilise après avoir généré des revenus permettant d'acquérir le vignoble produisant les crus locaux, la progression future du CA dépendra de Clos Manou.

## Performances

SOGEVITI connaît la performance économique (bons résultats d'exploitation, valeur patrimoniale, retour sur investissement avec un rendement des capitaux propres de 35% en 2011) ; la rigueur (vigne, chais, gestion) du couple Dief se retrouve également dans la performance non financière (qualité des crus, notoriété croissante).

# P

Partage de la valeur

## Parties prenantes

Les deux actionnaires de SOGEVITI, Stéphane et Françoise, se sentent dépendants de certains acteurs avant tout par fidélité et juste échange : Monsieur Med (propriétaire d'un Château), leurs clients fidèles (particuliers et professionnels de la Place de Bordeaux), leurs 7 salariés, leurs deux banques et leurs deux bailleurs (fermage).

## Conventions

La SARL (51% Stéphane, 49% Françoise) s'est construite sur le modèle des vins de garage, mais au prix accessible, dont la qualité s'est précisée pour arriver à une typicité très appréciée du consommateur ; les autres conventions considérées relèvent de l'appellation, du classement des vins, des primeurs et des baux viticoles.

## Écosystème

Sogeviti compose avec un écosystème à la fois politique (part du vin dans le PIB), économique (Place de Bordeaux, ...), sociologique (tendances de consommation du vin notamment des jeunes), technique (fréquentes innovations), écologique (vin bio) et légal (publicité sur l'alcool).

# Business Model SOGEVITI



Poster

Gérard NERAUDAU, Franck DUQUESNOIS, Thierry VERSTRAETE

[www.grp-lab.com](http://www.grp-lab.com)

Date: 31/12/2012

