



CAVISSIMA



CAVISSIMA

Le premier concept de constitution de cave on line



CAVISSIMA

# Un concept simple

Interfacier une boutique & un logiciel de gestion de cave

## Le 1<sup>er</sup> concept de constitution de cave en ligne

- Vente de vin de garde, primeurs et grands crus depuis une boutique en ligne – sélection d'un grand sommelier - qui indique les années idéales de dégustation
- Conservation et assurances des vins pour le compte du client dans un entrepôt sécurisé, moyennant des frais réduits
- Mise à disposition gratuite d'un outil de gestion de cave en ligne en mode SaAs avec :
  - cave graphique virtuelle,
  - relevé de compte
  - prévisionnel de consommation
  - valorisation financière en temps réel
  - évaluation des cours des vins
  - livre de cave,
  - relevé de compte et factures en ligne,
  - parrainage et partage de sa cave sur les réseaux sociaux
- Solutions de livraison express ou messagerie
- Plateforme de revente des vins

Home > Boutique > Bordeaux > Pauillac > Château d'Armailhac

 CHÂTEAU D'ARMAILHAC 2007



Château d'Armailhac  
Pauillac  
Grand Cru Classé 2007  
Vin Rouge de Bordeaux

L'AVIS DE  
JOHN EUVRARD  
Ce Château appartenant à la famille Rothschild, voici un cru régulier au style classique qui possède un bon potentiel de garde.



Révélation

Caisse Bois de 12 Bouteilles 75cl	<b>438.00€ TTC</b>	<a href="#">Ajouter à ma Wishlist</a>
Best After 2016	Soit 366.22€ HT	<a href="#">Ajouter au panier</a>
Best Before 2018		

Sol Cepage Le Vignoble La vinification Notes de dégustation Le

Sol: graves profondes sur calcaire.

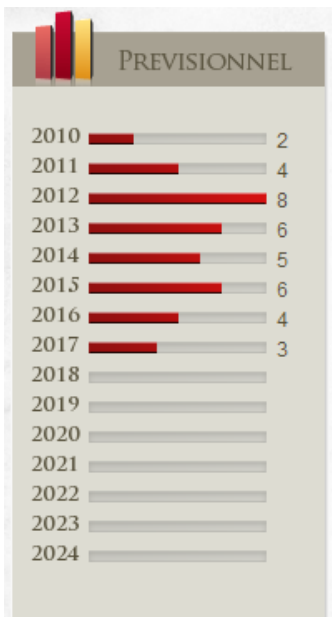




CAVISSIMA

# La cave en ligne

Mettre la cave à portée de tous grâce à des outils simples et rassurant, une ergonomie facile et ludique



- Bonjour Thierry,
- Ma cave
  - Gestion des visites
  - Sortir des bouteilles
  - ✕ Se déconnecter

Bouteilles :	36
Magnums :	1
Portefeuille :	66.25 €
Valeur de ma cave :	488.40 €
Nombre de visiteurs :	117



RECHERCHE

➤ Par mots clés :

Couleurs  (4)

Régions  (11)

Appellations  (64)

Familles  (4)

Best after  (15)

Prix  (5)

MON PANIER LIVRAISON

Château L'Armont  
Grand Cru 2006

Supprimer

Frais de livraison : 24.83 €  
Livraison : TNT Express



**Thierry Goddet** Bonjour, à l'occasion des foires aux vins qui approchent, je vous invite encore à visiter ma cave...n'hésitez pas à me faire des suggestions ou à signer mon livre d'or.



**Cave en Ligne de Thierry Goddet**  
[www.cavissima.com](http://www.cavissima.com)

Cher(e) ami(e), je t'accueille avec plaisir sur ma cave online. Comme tu peux le voir, j'ai un faible pour les vins de Loire, du Sud Ouest et du Languedoc....La sélection à la boutique sur ces régions est génialissime !

· [Commenter](#) · [J'aime](#) · [Partager](#)



### Le business model

- Les achats de vins suivent les commandes clients (sauf primeurs)
- Les vins sont livrés en cave 45 jours après la commande
- Les fournisseurs sont payés à 60 jours
- La société ne dispose pas de stock, sauf vins rares et allocations
- Le stockage est sous traité à un professionnel et payé à la bouteille
- Les frais fixes sont optimisés



### Des éléments financiers solides au terme du 2ème exercice

- BFR négatif – crédit fournisseur à 100 j
- Contrôle et maîtrise des coûts. Reporting mensuel
- 50% des clients ont choisit une formule avec abonnement mensuel
- Récurrence élevée dans l'acte d'achat : 5 à 6 commandes avec un panier > 380€
- Une dépense moyenne par client très élevée
- Taux d'attrition très faible
- Marge > 28%



## Thierry Goddet



52 ans / marié, père de 2 enfants

Diplômé MBA de Pace University – New York City

Cadre dirigeant pendant 23 ans dans un groupe Industriel Suisse, côté à la bourse de Zürich

Manager généraliste, leader, visionnaire, international et sociocrate

Spécialiste du management de l'innovation, du management de la qualité, et du marketing international

Enseignant et membre du jury dans un Mastère spécialisé à l'EM Lyon

Expatrié à 3 reprises : USA, Tchéquie, Singapour

A travers une Holding Familiale – Financière Goddet Sarl – nous avons investi 120 K€. Cette holding comporte 3 associés : Anne Goddet, chef d'entreprise – mon épouse, et Patrick Goddet – mon frère et co-initiateur de l'idée et du concept

Je gère la société, définis la stratégie avec le comité de management, recrute les collaborateurs et pilote le développement. Je veille à la mise en place de processus et leur application dans la plus grande rigueur, et à l'établissement d'une réelle culture tournée vers la satisfaction du client.

Chaque mois, je publie aux actionnaires un rapport détaillé (Highlights, Lowlights, key figures, plan d'action) et suis le compte d'exploitation prévisionnel.

Je crois en la différenciation et pense qu'internet est le support le plus exigeant qu'il soit.

Ma devise : « make your customers lazy and get them addicted to it »



# La taille du marché et les objectifs

CAVISSIMA

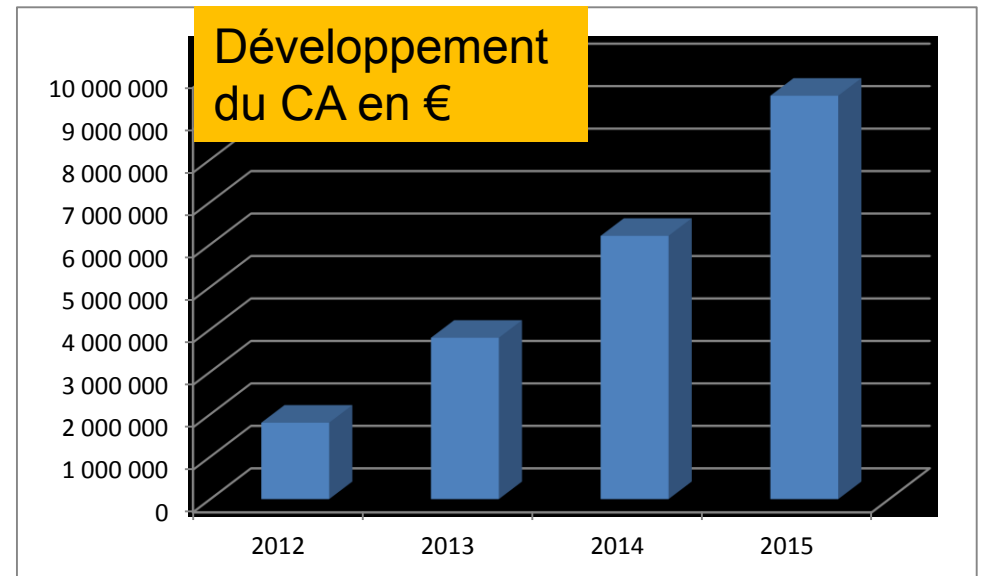
## La taille du marché potentiel

La cave en France	Nombre clients	Marché
Français expatriés	5 000	15 000 k€
Français - France	20 000	40 000 k€
Etrangers	10 000	50 000 k€
<b>Total</b>	<b>35 000</b>	<b>100 000 k€</b>



Etablir Cavissima, comme la marque française, mondialement reconnue de constitution de cave plaisir et investissement

Le marché mondial : 100 Millions d'euros





# Le développement de la société

CAVISSIMA

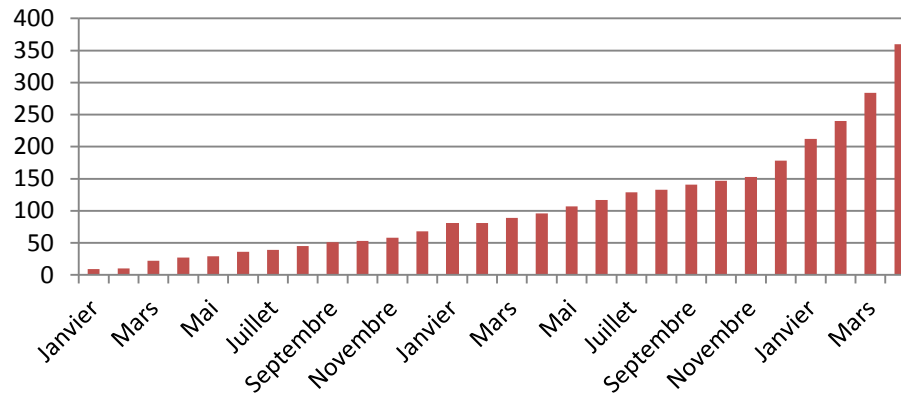
Phase	Date	Développements	Nombre de clients
1 – Création et lancement.  Capital : 128 k€ Augmentation de capital : 258 600€	Oct 2009  Mai 2011	<ul style="list-style-type: none"><li>• V1 en janvier 2010, puis V2 en oct 2010</li><li>• validation des processus clés, des hommes, des partenaires et 1<sup>ère</sup> cloture</li><li>• lancement de la marque et initialisation dans les moteurs de recherche</li><li>• validation et reconnaissance avec de nombreux labels, et accord sur des partenariats majeurs et prestigieux</li></ul>	0 à 120
2 - Amorçage et développement  Levée de Fonds : 250k€ avec 3MinutesPourConvaincre	Sept 2011	<ul style="list-style-type: none"><li>• structuration de l'équipe</li><li>• déploiement des partenariats</li><li>• amélioration continue des fonctionnalités</li><li>• déploiement des offres Investissement</li><li>• version anglaise</li><li>• développement d'une offre mobile</li></ul>	De 120 à 1 000
3 – Déploiement international	2013 – 2014	<ul style="list-style-type: none"><li>• traduction du site en russe et chinois</li><li>• développement international</li></ul>	



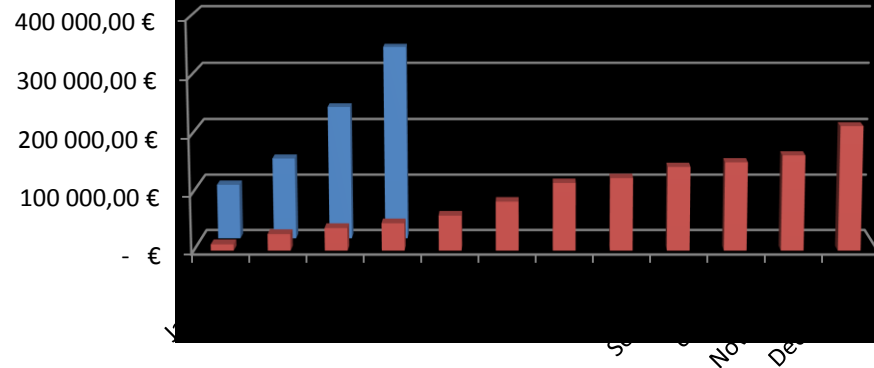
# La situation au 1<sup>er</sup> Mai 2012

CAVISSIMA

## Nbre Clients Jan 10 - Avr 12



## Enr





### La presse communique positivement

- National: passages sur BFM Business, La Tribune, Le Monde, Radio Classique
- Régional : France 3 Rhône Alpes
- Presse vin : RVF, Gault & Millau, Terre de Vin,
- Presse internet et blogs influents : Presse Citron, E-Commerce Magazine, Frenchweb, Locita
- Partenariat media avec NouvelObs, Challenge, L'Internaute et Wine Paper

### La reconnaissance de jurys d'expert

- |  |           |
|--|-----------|
| ➤ Lauréat du Réseau Entreprendre Rhône.                | Oct 2009  |
| ➤ Labellisé par Novacité – CCI de Lyon .               | Mars 2010 |
| ➤ Médaille d'argent des Trophées du e-commerce .       | Oct 2010  |
| ➤ Coup de Cœur de la Start Up Academy.                 | Mai 2011  |
| ➤ Lauréat de 3 minutes pour convaincre et BFM Business | Mai 2011  |





Cavissima en Chine, Japon, Brésil, Inde, par création de filiales ou de franchises - phase 3

Parce que au-delà de l'hexagone,

- Le rêve de cave existe, de plus en plus de riches cherchent à acheter du vin
- les clients étrangers ne savent pas quel vin choisir , ni quand les boire
- Le vin est un produit de luxe, porteur de plus values
- les amateurs n'ont pas la culture de conserver du vin chez eux

**Merci pour votre confiance**



CAVISSIMA



CAVISSIMA