

LE FIGARO

Accueil > Economie du vin

Rencontre avec Jean-Loup Ravinet, de la maison Spiegelau : «Nous avons changé de monde, et il n’y aura pas de retour en arrière»

Gérant au sein de la société Ravinet d’Arc, agent exclusif du verrier Spiegelau en France, Jean-Loup Ravinet partage avec Le Figaro Vin son ressenti sur les évolutions d’un secteur en pleine effervescence.

Par Alicia Dorey

Publié le 21/12/2022



Jean-Loup Ravinet, agent exclusif du verrier Spiegelau. *Jean-Loup Ravinet / SDP*

LE FIGARO. - Le monde de la verrerie est longtemps resté réservé à un public de restaurateurs et d'amateurs éclairés. Aujourd'hui, de plus en plus de gens s'intéressent au sujet. Comment cette tendance influe-t-elle sur votre stratégie ?

Jean-Loup RAVINET. - Depuis quelques années, les gens sont de plus en plus pointus sur le choix des verres, et plus seulement une clientèle d'amateurs éclairés. Le secteur de la verrerie a dû s'adapter aux évolutions du marché : il y a 40 ans, on trouvait le soufflé bouche trop léger, tandis que l'on recherche aujourd'hui la légèreté et la finesse. Du côté des matériaux, je pense qu'à notre époque, le cristal ne veut plus rien dire. Nous avons changé de monde, et je suis convaincu qu'il n'y aura pas de retour en arrière.

» À LIRE AUSSI : Notre sélection des meilleurs verres à vin universels au banc d'essai

Le verre «universel» l'est-il vraiment ?

Un verre universel est toujours un compromis. Certains s'approchent de la vérité. Nous avons certes des verres par cépage, mais nous tendons toujours vers l'universel. C'est un gros avantage pour ceux qui consomment différents vins. Si nous touchons aujourd'hui le grand public, nous restons très tournés vers la restauration, notamment avec le verre «Authentis», primé comme «le verre à vin idéal». Dessiné en plusieurs tailles, il est parfait pour un restaurateur qui recherche la polyvalence.

Le verre universel mécanique est-il un moyen de démocratiser la verrerie, afin de l'ouvrir à un public qui n'est ni connaisseur ni forcément prêt à investir dans du soufflé bouche ?

Absolument, le verre universel mécanique est une démocratisation importante, car c'était un produit autrefois réservé aux *happy few* (rares privilégiés), rendu

aujourd'hui accessible au plus grand nombre. Notre modèle universel «Définition», sorti en janvier 2021 sur le marché mondial, a été une révolution : pour la première fois de l'histoire de notre métier, nous avons obtenu la finesse d'un soufflé bouche avec une machine, avec un impact sur le prix, fixé à 17,50 €, soit trois fois moins cher pour un restaurateur. Au-delà du modèle universel, la gamme est constituée d'un verre à bourgogne, à bordeaux, à blanc et à liqueur. Il s'agit par ailleurs d'un verre plus résistant aux chocs, il faut simplement éviter la torsion. J'ai fait des vidéos durant lesquelles je m'amusais à laisser tomber des verres sur un plan de travail de bois, et ils ont rebondi. Ils sont plus souples, plus solides, avec plus de régularité, et une résistance accrue. Ce verre est exceptionnel de légèreté, de finesse. Visuellement, il a beaucoup de succès. C'est, en quelque sorte, l'équivalent de mettre une Porsche Carrera à 20000 € sur le marché !

Le succès semble avoir été au rendez-vous, puisque ce verre est régulièrement en rupture de stock, avec des délais de plusieurs mois avant d'espérer le recevoir...

Le succès a été exponentiel, avec en effet des délais très longs, mais il semblerait que les gens soient prêts à attendre. Nous n'avions pas anticipé une telle reprise post-Covid. Estimée à 15 %, elle s'élève finalement à 50 % ! Il faut un an pour doubler notre capacité de production, et nous prévoyons d'y arriver d'ici au mois de mars.