

## Le Figaro Vin poursuit son développement en lançant sa « Vente Très Privée »

Le 1<sup>er</sup> site français d'information dans le domaine du vin crée une offre e-commerce inédite, permettant régulièrement aux 400 000 abonnés du Figaro d'accéder à des pépites dénichées par ses dégustateurs.

La verticale vin du Figaro ([Lefigaro.fr/vin](https://lefigaro.fr/vin)) accélère sa diversification et lance, lundi 1<sup>er</sup> septembre, une offre e-commerce qui repose sur 3 piliers :

- **La recommandation** : Le Figaro Vin proposera des découvertes œnologiques à travers des pépites dénichées par sa rédaction, ou des références plus connues avec un excellent rapport qualité/prix.
- **L'exclusivité** : l'offre est réservée aux abonnés du Figaro et limitée en volume (environ 100 à 200 caisses disponibles seulement, avec une limite par abonné-acheteur) et dans le temps (4 semaines).
- **L'attractivité** : le tarif proposé sera significativement inférieur au prix public constaté (-25 % en moyenne) avec une gamme de prix accessible, selon les régions (souvent inférieurs à 20 € la bouteille), les frais de livraison étant offerts.

« La Vente Très Privée » offrira aux vignerons partenaires un accès à une audience puissante, ciblée et hautement qualifiée permettant une visibilité et une notoriété accrues ; une augmentation des ventes futures, via la génération de leads et la fidélisation de la clientèle ; ainsi que la promesse d'un positionnement innovant en participant à une offre singulière.

Pour sa première « Vente Très Privée », Le Figaro Vin propose le Château d'Aiguilhe, un bordeaux issu d'une propriété perchée sur les hauteurs des Côtes de Castillon, à quelques kilomètres de Saint-Émilion. Derrière ce domaine, la signature des Von Neipperg, famille emblématique du vignoble bordelais, également propriétaire de Châteaux Canon La Gaffelière et La Mondotte (tous deux classés premiers grands crus de Saint-Émilion). Le Figaro Vin propose 100 caisses au tarif de 19,90 euros la bouteille (119,40 euros la caisse de 6 bouteilles).

Cette vente et les suivantes seront soutenues par un puissant plan de communication : page web Premium dédiée à l'opération ; campagne de promotion print et digitale sur le quotidien, [lefigaro.fr](https://lefigaro.fr), l'application, ainsi que sur le site du Figaro Vin ; mise en avant spécifique pendant toute l'offre sur le site du Figaro Vin ; campagne d'emailing vers tous les abonnés Figaro ; publication sociale sur les comptes du Figaro Vin...



Le Figaro a développé un écosystème multimédia complet autour de cette thématique, après avoir racheté en 2020 l'agence Wine Lister (agence de conseil dédiée au vin). Ainsi le groupe :

- **Assure un traitement éditorial permanent au sein de ses publications imprimées** chaque semaine dans le Figaro quotidien et dans le Figaro Magazine, ainsi que dans une quinzaine de cahiers spéciaux tout au long de l'année.
- **Exploite le premier site d'information sur le vin en France** (913 000 VU en avril 2025, source Médiamétrie). Il propose la première base de données vin gratuite (145 000 fiches).
- **Est leader sur le marché publicitaire captif des vins et spiritueux**, avec près de 30 % de parts de marché au travers de sa régie intégrée C'Pages.
- **Produit plusieurs centaines de vidéos** sur le web comme sur les réseaux sociaux.
- **Organise de nombreux évènements** (dîners et déjeuners, masterclass, dégustations, week-ends découverte...) et le Big Bang Vin, réunissant les grands acteurs du vin sur le site, sur ses réseaux sociaux et sur la chaîne le Figaro TV.
- **Réalise de nombreux partenariats et opérations marketing** avec les principaux acteurs de la filière et du e-commerce.

« Les lecteurs du Figaro ont toujours eu une forte affinité avec le vin et nous sommes fiers de leur fournir l'offre omnicanale la plus riche de France. Forts de l'expertise de nos équipes, nous entendons exploiter son potentiel en matière de e-commerce, car nous croyons en ses formidables promesses : au-delà de mettre en avant ces cuvées sur nos supports, nous allons surtout les faire déguster à nos abonnés. »

**Nicolas RIBEYROLLES**  
Directeur Adjoint du Figaro Vin

