

Le vendredi 18 novembre, en cours de Sciences Économiques et Sociales, la classe de 1^{ère} ES4 a rencontré M. Cédric Ségal, PDG de l'entreprise Winestar.

Cette rencontre était organisée avec l'aide de l'association 100'000 entrepreneurs avec trois objectifs :

- **« Faire vivre » les notions vues en cours de SES, notamment dans le chapitre sur l'entreprise et la production ;**
- **Découvrir le monde professionnel ;**
- **Donner l'envie d'entreprendre, que ce soit dans un cadre entrepreneurial ou associatif.**

Compte-rendu de Yara El Sayed, 1^{ère} ES4 :

Dans le cadre du cours de SES, une intervention a eu lieu le vendredi 18 novembre, présentée par M. SEGAL, le dirigeant de la société Winestar. Il a pris le temps de nous parler de son entreprise et ses études tout en répondant aux questions posées par l'ensemble de la classe.

Tout d'abord, avant de devenir dirigeant d'une entreprise M. Ségal a réalisé un parcours professionnel. IL était dans la filière scientifique mais s'est rendu-compte que cela ne lui convenait pas. Il a ensuite étudié dans une école de commerce parisienne. Il a passé une année à l'étranger, en Asie pour ses études. Il a ensuite travaillé 5 ans au Japon, pour une société internationale d'exportation de différents types de produits. M. Ségal a rencontré un exportateur japonais pour l'Australie qui produisait du vin en canettes mais sur le moment, cette idée ne l'a pas interpellé.

Plus tard, M. Ségal va lancer le concept « Winestar », c'est-à-dire une société de vin en canette dont le siège social se trouve à Malakoff. Winestar propose trois gammes de vin : le rouge, le blanc, le rosé. Le but est de simplifier les codes du vin tout en sélectionnant du vin de qualité. Les canettes sont spécialement étudiées pour le vin, permettant de le préserver. Une dose est individuelle, elle correspond à un quart d'une bouteille, soit 187 ml. Cette innovation est écologique, elle réduit le carbone et l'aluminium est recyclable. Le format des canettes est compatible pour les exportations.

Cette entreprise a le statut juridique d'une SAS c'est-à-dire d'une société anonyme simplifiée, ce qui réduit les démarches administratives. C'est une start-up, une jeune entreprise innovante adaptée au monde moderne. Cette start-up contient une dizaine d'associés. Une fois par an a lieu une assemblée générale pour une approbation des comptes et 3 à 4 membres du conseil d'administration sont nommés pour un mandat de trois ans. La société a vendu 1,5 millions de canettes sur trois années et elle a fait du bénéfice au

bout de la 4^{ème} année. Pour s'imposer, l'entreprise a participé à des salons internationaux et aux salons de Bordeaux. Le tout premier client était implanté en République Dominicaine. Mais aujourd'hui le plus grand marché se fait en Chine et aux Etats-Unis, ainsi qu'au Japon, aux Antilles et en Inde. Les importateurs sont chargés de la communication (publicité). Le vin en canettes n'est pas une idée très appréciée par les français car elle s'oppose aux traditions, au fait qu'il n'y ait plus de bouteille ni de bouchon en liège. En revanche, si la société agrandit sa gamme en vendant du vin de l'étranger alors il y aura peut-être un succès en France.

Pour conclure, l'intervention m'a permis de mieux découvrir le fonctionnement d'une entreprise. J'ai pu mieux comprendre les notions vues en cours de SES avec un exemple concret.

Compte-rendu de Nicolas Jeanjean, 1^{ère} ES4 :

Ce vendredi 18 novembre 2016, notre classe a eu la chance d'assister à l'intervention de M. Ségal, fondateur de la société Winestar.

M. SEGAL a fait ses études dans une école de commerce, puis il a travaillé durant 5 ans dans une entreprise de chaussures américaines. Après un essai infructueux dans l'informatique, M. Ségal a décidé de s'inspirer d'importateurs japonais pour fonder sa SAS : Winestar, spécialisée dans les canettes de vin. Winestar fut créée dans le but de répondre à un besoin : l'envie de boire du vin avec un stockage facile et léger ce qui permet une facilité d'utilisation. A l'heure actuelle, Winestar possède 3 vins du sud de la France : c'est l'objectif « gamme classique », pour produire de bons vins.

La France étant un pays très attaché aux traditions, et notamment à la bouteille de vin, Winestar a eu beaucoup de mal pour s'implanter en France et, par conséquent, s'est rabattu sur les deux marchés qui, pour M. Ségal, sont les plus importants : les États-Unis et la Chine.

L'entreprise Winestar, pour se développer, a choisi l'investissement dans le but de récupérer plus tard des bénéfices plus importants. Ces investissements ont permis à Winestar de se faire connaître par la publicité.

Le marché de la Chine est intéressant puisqu'il touche plus d'un milliards d'habitants, que l'entreprise peut atteindre pour la plupart grâce à la télévision, aux magazines et à la radio. Le marché américain est également très important, et ce puisque les américains ont une grande population et ne connaissent pas le vin français. L'un des grands objectifs de Winestar est d'ailleurs de créer un « échange de vin » entre plusieurs pays du monde, dans le but que les consommateurs puissent goûter des vins qu'ils n'auraient certainement jamais pu boire autrement.

Le prix de la canette de vin est de 2,5 €, ce qui est très intéressant puisqu'ainsi les consommateurs peuvent tester de nombreuses variétés de vin sans avoir à payer un grand nombre de canettes. A titre de comparaison, le prix d'un verre de vin dans un bar ou un restaurant varie de 4 à 7 €, ce qui prouve que le prix d'une canette est une très bonne affaire, d'autant plus que la quantité dans une canette correspond à un grand verre de vin.

L'entreprise, à l'heure actuelle, compte 4 salariés, qui sont recrutés dans différents pays ciblés pour y implanter Winestar. Le fait que l'entreprise ait le statut juridique de SAS (Société par Action Simplifiée) a de gros avantages : c'est une société anonyme et flexible, dans laquelle il peut y avoir des investissements privés. A l'heure actuelle, M. Ségal possède 80 % des actions de l'entreprise. Les actionnaires se réunissent 3 ou 4 fois par ans au cours de l'assemblée générale. L'entreprise Winestar a vendu jusqu'à maintenant plus d'1,5 millions de canettes dans le monde. Cette société est donc en pleine expansion.