



L'acronyme en résume parfaitement la portée et la philosophie : **D**istribution **I**nternationale de **V**ins et **A**lcools, qui symbolise un cœur de métier fondé sur un rôle d'intermédiaire à valeur ajoutée, essentiellement voué à l'export, et toujours tourné vers la satisfaction du client, la qualité de la prestation et des produits.

Fondée à l'origine par Pierre Beuchet (ancien directeur export de la maison Alexis Lichine), Diva fut lancée en 1979 à Bordeaux. Très vite, par son sérieux et sa politique qualitative, **DIVA Bordeaux** s'impose comme un acteur significatif sur les segments des Crus Classés et des primeurs. Elle fut rapidement rejointe par son homologue bourguignonne **DIVA Beaune** en 1983, dont la stratégie se différencie de ses consœurs dès sa création, puisqu'elle ne distribue que des vins de propriétaires. En 1987, Jean-Pierre Rousseau rejoint le groupe Diva et prend les rênes de Diva Bordeaux, en cherchant à développer les contacts, tant en France avec les grands noms de Bordeaux qu'à l'export pour dénicher de nouveaux débouchés.

En 1999, le bourguignon Bruno Lafon, qui venait d'acquérir le Domaine Magellan en Languedoc, s'associe au réseau Diva et lance **DIVA Sud**. Son activité, outre la gestion et la commercialisation du Domaine Magellan, est de sélectionner les meilleures propriétés du Sud de la France, des Pyrénées jusqu'aux Côtes-du-Rhône, dans un portefeuille où des propriétés phares côtoient des vins au rapport qualité-prix séduisant.

Confiants dans leur vision qu'un jour, le vin serait un produit global, Jean-Pierre Rousseau et Pierre Beuchet accélèrent l'extension du réseau et se tournent vers de nouvelles régions viticoles : en 2005, **DIVA New Zealand** vient compléter un réseau devenu désormais capable de sélectionner des vins dans pratiquement toutes les régions de production du monde, grâce à une implantation locale et à l'association avec les spécialistes les plus reconnus.

En 2011, **DIVA Nord** complète le maillage en France avec la couverture des appellations septentrionales (Loire, Champagne, Alsace et Jura) et, à la fin de la même année le réseau voit l'arrivée d'un bureau de représentation dans le marché le plus dynamique de la planète : **DIVA China** est née.

En 2012, une nouvelle impulsion est donnée avec le lancement d'un bureau de représentation à New York, **DIVA Wine USA**, qui vise à proposer les portefeuilles DIVA sur le marché nord-américain ; la même année, la famille Hill-Smith (propriétaire de Yalumba) s'associe à Pierre Beuchet et fonde **DIVA Australia** qui rassemble dès son démarrage, certaines des plus belles propriétés familiales du pays.

Toujours en 2012, **DIVA Eastern Mediterranean** est lancée dans le but de sélectionner le meilleur des rives orientales de la Méditerranée : à la fois des propriétés israéliennes, mais aussi grecques ou libanaises, composent un portefeuille étendu mais qualitatif.

Fin 2013, l'ancien réseau domestique de Champy (le plus ancien des négoce bourguignons) s'étoffe d'une offre de spiritueux mais aussi de vins français et étrangers et devient **DIVA France**.

Début 2014, après de multiples expériences à l'étranger, Florent Beuchet lance un nouveau bureau dont la spécificité est de ne traiter qu'une seule catégorie de produits : **DIVA Spirits** est née et

connaît un démarrage fulgurant. La même année, un nouveau partenariat se matérialise autour de Winery of Good Hope, Robert Hill-Smith et Pierre Beuchet, ouvrant la voie à une **DIVA South Africa** qui s'articule autour d'une offre illustrant la diversité des vins de la province du Cap.

A l'été 2015, c'est au tour d'un des premiers pays producteurs d'accueillir un nouveau partenariat avec la famille Samer, un nom bien connu dans le transport maritime à Trieste : **DIVA Italia** est lancée.

Les circuits de diffusion, communs à toutes les Divas, incluent aujourd'hui les meilleurs importateurs et distributeurs en Europe, Asie, Amériques et zone Pacifique. Ceux-ci travaillent le plus souvent avec le secteur dit « traditionnel ».

Le concept du réseau Diva tient donc compte de deux aspects fondamentaux : le **service et la valeur ajoutée donnée au client**, qui à travers un réseau unique, peut composer un portefeuille de vins allant des plus Grands Crus bourguignons ou bordelais au domaine familial italien en entrée de gamme ; d'autre part, la **synergie d'un réseau de sociétés** à taille humaine, bien plus réactif pour adapter ses offres et faire jouer la logique de groupe, en multipliant les contacts professionnels et les opportunités commerciales à l'intérieur du réseau.

**DIVA** est aujourd'hui un acteur global, dans le sourcing et la distribution de vin. Sa réputation et la qualité de son offre et de ses implantations en font un opérateur très reconnu, y compris pour les vins réservés à un petit nombre d'opérateurs (Château Palmer, Almaviva, Opus One, Solaia, Masseto etc..).

