

A chacun sa bouteille !

Il fallait y penser, tout simplement... Au pays du vin, personnaliser sa bouteille est une idée qui peut faire son chemin. Créé en 2012 sur internet, le concept semble bien parti.

A l'origine de l'aventure, l'alliance d'un père et de son fils autour d'une propriété familiale : le Château Vray Canon Boyer dans le Libournais. Hubert Bournac, créateur en 1994 de l'enseigne « L'Entrepôt du Vin », s'associe à son fils Edouard, 26 ans, diplômé de l'Institut national des télécommunications. Ils sont tous deux passionnés par le secteur vitivinicole et les nouvelles technologies. Ils décident alors de se lancer dans l'aventure de la nouvelle économie. Ainsi est né mabouteille.fr. Le mariage, selon ses créateurs, de « la tradition et de l'innovation ».

80 références



Mabouteille.fr, site e-commerce, est spécialisé dans la personnalisation de bouteilles de vin, de champagne, de spiritueux, de bière et même... d'eau minérale. Il offre un choix de plus de 80 références personnalisables. Mariages, anniversaires, événements professionnels, sportifs ou familiaux, fêtes, ou cadeaux d'affaires, le site mabouteille.fr entend « révolutionner la sphère des événements et offrir à l'internaute la possibilité de parer ses bouteilles de photos souvenirs accompagnées de messages intimes ». Producteurs dans le bordelais depuis 1740 et exploitants de plusieurs propriétés viticoles depuis plusieurs générations, les Bournac attachent une grande importance à la qualité des vins proposés.

En mode « Flash »

Loin de sa première étiquette créée artisanalement, la famille s'est dotée d'un atelier de personnalisation d'étiquettes performant, en mode « Flash ». Le concept semble porteur puisque, outre les commandes des particuliers, de grandes entreprises telles que Sony Music, Winamax, But, Simmons comptent parmi les clients. Le site mabouteille.fr affiche donc comme objectif de permettre aux internautes, particuliers et entreprises de personnaliser les étiquettes des bouteilles en temps réel pour célébrer tout type d'événements.

« Intuitif »



Le procédé est simple : il suffit de sélectionner une bouteille, créer son étiquette en ligne et de la prévisualiser. L'internaute s'exprime en fonction de ses envies. Il choisit ensuite son coffret et la bouteille est remise à son destinataire entre 48 et 72 heures maximum. Côté choix, une sélection de Bordeaux, de Bourgogne, de Champagne et de vins étrangers est proposée. Pour guider l'internaute dans son choix, mabouteille.fr présente chacun de ses vins en précisant ses notes et l'accord avec les mets. La gamme s'est élargie depuis peu aux spiritueux, bières et même à l'eau minérale. Les



créateurs envisagent un développement au niveau international et le lancement d'une application pour smartphone...Eric MOREAU

« *Nous avons 3 800 clients* »



Echos Judiciaires Girondins : Comment est né le concept ?

Edouard Bournac : Mon père avait créé l'Entrepôt qui consistait à vendre du vin à prix discount. Il proposait déjà à ses clients de poser des étiquettes personnalisées à leur nom. Cela marchait bien, mais il n'était pas équipé de machines performantes. Désormais sur internet, le système flash permet à l'internaute de personnaliser lui-même son étiquette selon ses goûts en quelques clics seulement.

EJG : Comment se passe le contact avec les viticulteurs ?

E. B. : Nous sommes nous mêmes producteurs. Nous avons donc commencé avec nos vins. Notre statut de négociant nous ouvre les portes de nombreux confrères. Nous leur proposons de mettre ainsi leur production en valeur. Nous achetons le vin non étiqueté et nous reportons toutes les mentions légales du vin, ce qui le rend clairement et légalement identifiable et l'acheteur peut ensuite le personnaliser.

EJG : A quel type de vin correspond votre offre ?

E. B. : Nous proposons des vins de milieu de gamme qui se vendent dans une fourchette de 5 à 25 euros. Le service de personnalisation est, bien sûr, surfacturé.

EJG : Outre les particuliers, vous travaillez avec des entreprises...

E. B. : Nous avons 3800 clients et nous faisons en moyenne 30 ventes par jour. De grandes entreprises font appel à nous, comme Sony Music qui a utilisé des bouteilles personnalisées pour un séminaire à Paris auquel ont participé tous les patrons de l'entreprise dans le monde. Chacun est parti avec une bouteille de Médoc étiquetée avec le logo de l'entreprise.

Propos recueillis par E. M.