



# In vino... innovas

**Audace.** Zoom sur cinq entreprises qui mettent leur savoir-faire au service du vin.

PAR PASCAL MATEO

**Vinoreco démythifie le vin**

Marre du bon copain qui prétend s'y connaître et tombe systématiquement à côté de la plaque ? Pour choisir un vin, mieux vaut s'en remettre à Max. Avec son 1,95 mètre, ses 70 kilos et sa culture encyclopédique, Max est la solution idéale pour les néophytes si souvent désemparés devant les rayons vins de la grande distribution. Cet expert n'a pourtant rien d'un sommelier en chair et en os : Max est une borne interactive mise au point par Vinoreco. « Notre objectif est de permettre aux clients de trouver les conseils d'un caviste dans les hypermarchés et les supermarchés », explique Yann Mondon, PDG de cette entreprise. Si 65 % des vins sont aujourd'hui achetés dans la grande distribution, très peu de grandes surfaces emploient un sommelier à temps plein afin de conseiller leur clientèle... « Or le rayon vin est à la fois le plus complexe et le plus complexant de la grande distribution », souligne Stéphane Hareng, directeur opérationnel de Vinoreco.

Avec son écran tactile, Max offre aux clients la possibilité de choisir leur vin sur le lieu d'achat, en fonction du plat qu'ils s'approprient à cuisiner. « Le premier critère d'achat du vin, c'est l'accord mets-vin », précise Yann Mondon. Sur l'écran, le consommateur choisit donc parmi une série de 210 recettes



tes celle qu'il envisage de préparer. Il peut ensuite affiner sa recherche en précisant le type de vin qu'il préfère et le budget dont il dispose. Max lui propose enfin trois vins différents et lui indique comment les repérer dans le

**Conseiller 2.0.** Le caviste est remplacé par Max le sommelier, une borne qui vous guide sur le choix du vin.

rayon. Un gain de temps précieux, quand on sait qu'en moyenne un hypermarché dispose de 800 références... Après avoir implanté une première borne dans un hypermarché lyonnais en juillet 2010, Vinoreco poursuit désormais ■■■

LIONEL BARBE



■■■ son développement. Une quarantaine de grandes surfaces sont aujourd'hui équipées de cette borne interactive. « Et 2013 s'annonce sous les meilleurs auspices », se félicite Stéphane Hareng.

**Vitirover, les robots écolos**

C'est un robot unique au monde. Elaboré par la société Vitirover, il a pour vocation de couper avec précision la végétation sauvage entre les rangs de vigne. « Il a été mis au point par Xavier-David Beaulieu, à la fois ingénieur et propriétaire de Château Coutet, à Saint-Emilion, explique Arnaud de La Fouchardière, directeur général de Vitirover. Il s'était rendu compte que les tracteurs étaient de plus en plus lourds et rapides, tandis que le pied de vigne restait toujours aussi petit et fragile. » Equipé d'un capteur GPS qui lui permet de travailler en autonomie au sein d'une parcelle, ce robot-tondeur de 11 kilos est de surcroît doublement écologique: non seulement il permet de remplacer les désherbants chimiques, mais il est alimenté par un panneau photovoltaïque. Actuellement en phase d'industrialisation, il commencera à être livré chez les clients en mars 2013, au prix de 5 000 euros. « Et nous avons déjà plusieurs centaines de commandes », se réjouit Arnaud de La Fouchardière.

Mais Vitirover n'entend pas s'arrêter en si bon chemin: l'entreprise a déjà élaboré un deuxième robot destiné à la viticulture. « Muni de capteurs optiques, il sera capable d'effectuer des relevés dans la vigne pour

prévoir quantitativement la récolte, évaluer la maturité de la vigne, diagnostiquer précocement les maladies, etc. », assure Arnaud de La Fouchardière. Un véritable outil d'aide à la décision pour les viticulteurs. Quant au robot de troisième génération, il est aujourd'hui en gestation; il devrait permettre de réaliser des micro-pulvérisations de traitements pied par pied, limitant ainsi le recours aux grands arrosages phytosanitaires. Pour l'ensemble de la gamme de robots Vitirover, le marché potentiel est immense: il y a 860 000 hectares de vignes en France et plus de 7 millions dans le monde.

**Kasual Business, L'appli vinothèque**

Comment en savoir davantage sur une bouteille dénichée au fond d'une obscure taverne ? ■■■



**Connecté.** L'application Kasual permet de tout savoir sur la bouteille que l'on boit.

**Révolutionnaire.** Le robot Vitirover passe entre les pieds de vigne et coupe les mauvaises herbes, le tout de manière écolo.

**Inno'vin, un cluster pour le vin**

« Filière traditionnelle, le vin est aussi une filière technologique dans laquelle on innove énormément ! » Gilles Brianceau (photo) en est persuadé: la viticulture est aujourd'hui devenue une activité de haute précision. En tant que directeur d'Inno'vin, ce cluster né en 2010 de la volonté des acteurs aquitains de la filière de se mobiliser



**Le bordeaux en chiffres**  
 60 AOC sur plus de 110 000 hectares.  
 8 000 exploitations viticoles.  
 5,5 millions d'hectolitres récoltés en 2011.  
 1 bouteille de bordeaux consommée dans le monde toutes les 24 secondes.  
 Sources: CIVB/Douanes 2011.

autour de la recherche-développement, Gilles Brianceau anime un réseau d'entreprises viti-vinicoles. « Nous accompagnons aussi les entreprises dans le montage de projets d'innovation », précise-t-il. Inno'vin contribue en effet à susciter la naissance de projets collaboratifs entre des entreprises du secteur et des laboratoires de recherche. C'est par exemple le cas du projet Vitidrone, qui associe depuis quelques semaines des entreprises, des chercheurs et deux châteaux du Bordelais. « L'objectif est d'utiliser un drone pour apporter au vigneron un service de télé-détection qui lui donnera des informations sur la vigueur de sa vigne », explique Gilles Brianceau. La vigne est définitivement entrée dans le XXI<sup>e</sup> siècle ■ P. M.

DR / FRANCOIS LAVIGNE/REA





■ ■ ■ Kasual Business a trouvé la solution en mettant au point une application pour smartphone. Après l'avoir téléchargée gratuitement, le consommateur prend l'étiquette en photo et obtient instantanément des informations sur le nectar qu'il est en train de déguster ou qu'il s'apprête à acheter : son producteur, les cépages utilisés, l'histoire du domaine, les meilleurs accords mets-vins, etc. Grâce à cette technologie innovante, Kasual Business a remporté en 2010 un appel d'offres européen lancé par le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux pour donner naissance à l'application baptisée Smart Bordeaux. « L'application propose aujourd'hui 17 000 fiches-vins renseignées par les vignerons eux-mêmes et disponibles en 13 langues, souligne fièrement David Ducourneau, l'un des cofondateurs de l'entreprise. Elle compte désormais 82 pays de téléchargement et 400 000 utilisateurs dans le monde, dont 40 % en Asie et 30 % en France. »



Pour l'heure, seuls les vins de Bordeaux sont concernés. Mais Kasual Business a déjà bien d'autres projets. « Notre ambition est de devenir le Shazam mondial du vin ! s'enthousiasme Emmanuel

VIP. Le réalisateur Spike Lee avec une bouteille de champagne personnalisée par mabouteille.fr.

Etcheparre, autre cofondateur de l'entreprise, faisant ainsi allusion à la célèbre application de reconnaissance musicale. *Nous voulons créer un outil universel d'aide à la consommation de vin.* » Après Bordeaux, Kasual Business a en effet lancé une démarche de prospection commerciale auprès de l'ensemble des interprofessions françaises afin de leur présenter Razad, la déclinaison mondiale de Smart Bordeaux. « Notre objectif à trois ans est de couvrir 70 % des interprofessions dans le monde », complète David Ducourneau.

### **Mabouteille.fr** **personnalise les bouteilles**

Terminés, les cadeaux impersonnels. Lancé début 2012 par Hubert et Edouard Bournac, propriétaires viticoles et négociants, le site d'e-commerce mabouteille.fr propose de personnaliser les étiquettes. Le client commence par choisir sa bouteille dans la gamme de 89 références proposées par le site : « Nous commercialisons nos

MABOUTEILLE.FR



propres vins et ceux de producteurs amis, explique Edouard Bournac. Mais aussi des spiritueux, des bières et même des eaux minérales. » Place ensuite à la personnalisation de l'étiquette: l'internaute peut insérer deux lignes de texte ainsi qu'une illustration de son choix, les mentions obligatoires étant bien entendu ineffaçables. Chacun peut donner libre cours à son imagination, pour célébrer un anniversaire, un mariage ou tout autre événement. Récemment, un internaute a fait imprimer sur son étiquette... l'échographie de son enfant à naître ! Mais le site est également sollicité par des enseignes renommées. Voilà quelques semaines, l'entreprise a été conduite à travailler pour Sony Music: « Nous avons élaboré les étiquettes des bouteilles de champagne pour la soirée donnée lors de la réédition de l'album "Bad", de Michael Jackson, et de la sortie du documentaire que le réalisateur Spike Lee a consacré au chanteur », indique

Edouard Bournac.

#### Echantillons.

WIT reconditionne des grands crus dans des fioles pour le plus grand plaisir des amateurs.



#### WIT met les grands crus en tube

Voilà cinq ans que Wine in Tube (WIT) commercialise des grands crus dans des tubes de verre de 10 centilitres, sérigraphiés et sertis d'une capsule à vis. « Nous avons mis au point une technologie que nous sommes les seuls au monde à détenir et qui nous permet de reconditionner les vins dans nos flacons sans les altérer », explique l'œnologue et ingénieur Laurent De Crasto, fondateur de

WIT. Les vins peuvent ainsi être conservés deux ou trois ans, en conservant l'intégralité de leurs propriétés organoleptiques. Un sacrilège ? Pas du tout. A l'origine, le procédé

avait pour but de permettre aux vignerons d'envoyer leurs échantillons en Chine ou aux Etats-Unis. Et WIT a d'emblée su convaincre quatre châteaux prestigieux – Beychevelle, Kirwan, Guiraud et Latour-Martillac –, ce qui a renforcé sa crédibilité auprès des autres domaines. Mais aussi sa notoriété. Face à l'engouement suscité, WIT a ouvert en 2010 son concept aux particuliers, aux restaurants haut de gamme et aux cavistes. « Les amateurs peuvent ainsi accéder aux crus classés à moindre coût », souligne Laurent De Crasto. Aujourd'hui, WIT emploie 15 salariés et écoule plus de 1,5 million de flacons chaque année ■