

La technologie peut-elle sauver un secteur du vin en crise

Face à la baisse inquiétante de la consommation de vin, le monde des nouvelles technologies rivalise d'ingéniosité afin de renverser la tendance. Chimère ou véritable opportunité, voici un tour d'horizon des start up les plus innovantes du moment.

Par Alicia Dorey

Publié le 25/02/2023



Sortir le vin d'une image élitiste

Avec près de 8 bouteilles sur 10 achetées en grande surface, la distribution reste l'un des enjeux majeurs de la filière vin en France, et notamment la démultiplication des canaux de vente et faciliter le service.

Un véritable chantier logistique dont s'empare la start up **Ma Petite Carafe**, dont le principe consiste à proposer un distributeur de service aux cafés, hôtels et restaurants. Le principe : s'affranchir des bouteilles en verre – dont l'ouverture occasionne une perte importante dans le cas d'un service au verre – grâce à une machine contenant trois éco-recharges de vin. Si l'aspect visuel et l'optimisation maximum des volumes portent un sérieux coup au sacro-saint rituel d'ouvrir un flacon sous le regard de consommateurs encore

attachés au symbole, il faut bien avouer que la démarche semble davantage correspondre au goût de l'époque.

» **À LIRE AUSSI : Comment les «fonctionnal drinks» pourraient un jour concurrencer vins et spiritueux ?**

Mais au-delà de le rendre disponible plus facilement, il s'agit également de rendre le vin plus accessible, et pas seulement d'un point de vue tarifaire. Ainsi, il n'est pas rare d'entendre de la part des consommateurs le sempiternel «je ne connais rien au vin», auquel s'associe par extension le fameux «comment choisir?». Deux jeunes pousses ont à cet égard retenu notre attention, à commencer par **Vinidaily**, une application lancée en 2021, qui aide le béotien à définir son profil d'amateur afin de lui recommander les cuvées les plus à même de lui plaire, mais aussi **285 Kelvin**, qui propose des dégustations à l'aveugle dont la vertu principale consiste à impliquer vignerons, cavistes et consommateurs final, ces derniers étant invités à déguster et noter des bouteilles anonymisées – et donc à affiner leur palais tout en permettant aux producteurs et distributeurs un retour client direct et impartial.

Répondre à nouvel impératif de transparence et de traçabilité

De plus, si la prise de conscience des enjeux environnementaux n'épargne pas la filière vin, c'est aussi parce qu'elle est régulièrement pointée du doigt comme l'une des plus polluantes et énergivores du marché, et ce d'un bout à l'autre de la chaîne de production. Des initiatives tentent de court-circuiter la filière de la grande distribution – et par conséquent la multiplication des intermédiaires – en proposant des alternatives de ventes directes, telles que Les Grappes, site de vente en ligne créé pour faire le lien entre plus de 1000 vignerons et le consommateur final. Une volonté de valoriser les circuits courts et la transparence que l'on retrouve dans l'ensemble de l'industrie agro-alimentaire, mais aussi cosmétique – les parallèles à dresser entre chacune de ses filières s'avèrent ainsi particulièrement éclairants.

Accompagner la premiumisation de vente d'alcool

En matière de vin comme du côté des spiritueux, le «moins mais mieux» s'impose comme l'une des tendances majeures de ces dernières années, avec des amateurs prêts à dépenser davantage pour des alcools de qualité, au détriment de la quantité. Avec pour conséquence une attention plus grande portée à la sécurité des transactions, la lutte contre la fraude – auxquelles viennent partiellement répondre la démocratisation des WineFT – mais aussi à l'achat de création à forte valeur ajoutée.

Une tendance qui semble s'inspirer du monde de l'art qui n'est pas sans conséquence sur un marché de plus en plus sujet à la pure spéculation. Des cuvées spéciales en séries limitées lancées par **Château Edmus** – à l'origine de la démocratisation de l'entrée des business angels dans l'industrie viticole – issues d'une collaboration entre cette jeune start up, la market place iDealwine et un artiste tatoueur. Des bouteilles dont la cote s'envole, pour atteindre un prix jusqu'à sept fois supérieur au montant original estimé.

L'avenir nous dira si l'on doit voir dans cette émulation technologique un risque de déscralisation, ou à l'inverse une aubaine pour l'ensemble de la filière.