



STYLE

Une coupe de champagne vue du dessus par le Britannique Nick Rees, qui s'est fait une spécialité de «photographier boissons et liquides».



**LE MONDE DU VIN
POUR LES GEEKS**

Par *Béatrice Brasseur*





En quelques mois d'existence, les NFT ont déjà généré un marché de 10 milliards de dollars. Après l'art et la mode, ces actifs numériques font leur apparition dans l'univers des champagnes, vins fins et spiritueux. Entre réel et virtuel, faut-il voir le verre à moitié plein ou à moitié vide ?



Q

uoi de neuf dans le champagne ? Des bulles tokenisées ! En perpétuelle effervescence créative, Dom Pérignon a lancé en octobre, uniquement sur le marché français, des coffrets en édition limitée de son millésime 2010 et de son rosé 2006 « designés » en collaboration avec la méga star Lady Gaga. Les 100 flacons – quelques gouttelettes dans l'océan de bulles produit par Dom Pérignon – et leurs versions 3D NFT ont été proposés à la vente en avant-première dans un espace 100% virtuel. Avidé de « créer de la rareté dans la rareté » et en quête de nouveaux fans, la marque champenoise est ainsi devenue la toute première de son secteur à franchir le pas.

La créativité digitalisée dans un pop-up NFT, ça fait pop ou ça fait flop ? Ça fait pop dans l'esprit des moins de 40 ans digital natives, le public visé. Les coffrets se sont vendus en cryptomonnaie ether à la vitesse à laquelle saute un bouchon de champagne,

tout en faisant couler beaucoup d'encre. Les tradis, pour ne pas dire les vieux jetons, qui ne comprennent goutte à la novlangue et aux concepts de la tech devront s'adapter. NFT ? L'acronyme désigne un non fungible token, un jeton non fongible. À l'inverse d'un actif fongible (par exemple, une pièce de 1 euro égale une autre pièce de 1 euro, elles ont la même valeur et sont interchangeables, idem pour le bitcoin), le NFT est, lui, à la fois un actif numérique unique non échangeable et un titre de propriété numérique infalsifiable, encodé, enregistré et garanti par une blockchain. Le NFT en tant que certificat s'applique aux produits virtuels (une création numérique), réels (comme un vêtement) et aux jumeaux physiques/numériques (la bouteille Dom Pérignon et sa version 3D, CQFD).

Les artistes ont les premiers compris l'intérêt du NFT unique et non reproductible pour leurs

RICK REEF / GALLERY STOCK - HANDOUTCHRISTIE'S AUCTION HOUSE/APP





Famille du média : PQN

(Quotidiens nationaux)

Périodicité : Hebdomadaire

Audience : 713000

Sujet du média : Lifestyle

LES ECHOS WEEK-END



Edition : Du 03 au 04 decembre

2021

Journalistes : Béatrice

Brasseur

Nombre de mots : 2125

Valeur Média : 62425€



À gauche : photo de la série « Champagne » de Nick Rees (2015).

À droite : *Everydays: the First 5000 Days*, de l'artiste américain Beeple. Cette œuvre numérique entièrement fondée sur les NFT s'est vendue 69,3 millions de dollars en 2021. Le monde du vin et des spiritueux aura-t-il autant de succès dans le métavers ?

COMMENT ET OÙ ACHETER ?

Il faut ouvrir un compte sur une place de marché généraliste ou spécialisée, puis créer un « crypto wallet » (portefeuille) sur MetaMask et le garnir en cryptomonnaies (bitcoin et ethereum sont les plus forts, le premier vaut quelque 58 000 dollars, le second plus de 4 000 dollars). Attention : les wallets de blockchain sont sécurisés par une phrase de 12 mots. Oubliée, plus aucun moyen d'accéder au portefeuille et tous les NFT sont perdus. Parmi les plates-formes spécialisées dans les ventes de vin en NFT : WiV, déjà active, qui lancera en 2022 la WiV Legacy Collection (456 vins de plus de vingt régions et dix pays) et BlockBar pour les spiritueux et vins de luxe NFT. <https://opensea.io/assets/wiv> et <https://wiv.io> <https://blockbar.com>

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

œuvres numériques. Flash-back. Au printemps 2021, l'œuvre *Everydays: The First 5000 Days* est adjugée 69,3 millions de dollars chez Christie's. Beeple, son auteur inconnu au bataillon jusqu'alors, est propulsé en quelques bits au rang de troisième artiste vivant le plus cher au monde derrière Jeff Koons et David Hockney. Mieux encore : son NFT est encodé de telle sorte que chaque future transaction lui rapportera une redevance de 10% du montant de la vente. De quoi générer des vocations...

Rareté, exclusivité, désirabilité, traçabilité : les NFT intéressent évidemment le luxe. Gucci, Dolce & Gabbana, Karl Lagerfeld, Givenchy... explorent déjà leur potentiel avec des pièces en série limitée, souvent créées avec des artistes, tandis que LVMH, Prada et Cartier ont lancé la première blockchain internationale du luxe, Aura Blockchain Consortium. Un outil commun pour développer les solutions NFT, lutter contre la contrefaçon, renouveler le storytelling, tracer

RARETÉ, EXCLUSIVITÉ, DÉSIÉRABILITÉ, TRAÇABILITÉ : LES NON FONGIBLE TOKEN INTÉRESSENT ÉVIDEMMENT LES GRANDS DU LUXE.

l'historique d'un produit, de la matière première au produit fini. Tout ceci est transposable à l'univers des grands champagnes, vins et spiritueux, objets de convoitise et de collection. Glenfiddich a mis en vente un rare single malt de 1973 à 18 000 dollars et d'autres NFT en série limitée sur BlockBar – l'acquéreur d'une des quinze bouteilles l'y repropose déjà pour 199 000 dollars – et un rhum colombien Dictador de 45 ans d'âge, en carafe Laique, y est proposé à 25 000 dollars. Il y a cependant encore loin de la coupe aux lèvres.

UN UNIVERS TRÈS TERRIEN

« On n'en est qu'aux prémices, les premières incursions du secteur dans les NFT datent de quelques mois, à peine un an. Le virtuel, la dématérialisation sont encore difficiles à expliquer dans un univers par essence très terrien », indique Guillaume Jourdan, conseil en stratégie de marque au sein de Vitabella Luxury auprès



Famille du média : **PQN**
 (Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **713000**

Sujet du média : **Lifestyle**

LES ECHOS WEEK-END

LesEchos

WEEK-END



STYLE



Edition : **Du 03 au 04 decembre 2021**

Journalistes : **Béatrice Brasseur**

Nombre de mots : **2125**

Valeur Média : **62425€**



de grands noms du vin. « Et pourtant les NFT y sont parfaitement éligibles, remarque Arnaud Daphy, associé de l'agence Sowine, spécialisée dans le marketing des vins et spiritueux. Car tous les critères sont réunis : "collectionnabilité", communautés de fans, caractère spéculatif, besoin de d'authenticité et de traçabilité. » Alors qui sont les audacieux qui ont déjà cédé aux sirènes NFT? De grands groupes, des marques prestigieuses, des célébrités et même des « petits » vigneron.

Dom Pérignon est pionnier dans le champagne. Dans les vins tranquilles, le domaine californien Yao Family Wines, propriété d'une star de la NBA, a été le premier à proposer en NFT, en avril dernier, son Chop cabernet sauvignon 2016, associé à une œuvre numérique. Pionnier parmi les premiers grands crus classés bordelais, Château Angélus. En collaboration avec CultWines, leader mondial de l'investissement dans les vins fins, la célèbre propriété saint-émilionnaise a vendu cet été aux enchères un NFT comprenant une barrique d'Angélus 2020 primeur, une œuvre d'art 3D représentant les cloches emblématiques de la maison et des expériences VIP au château. Ce pour l'équivalent de 110 000 dollars en cryptomonnaie USDC, sur OpenSea, la principale place de marché NFT. Manière pour les deux parties « d'impliquer de manière créative une nouvelle génération au fait avec la tech, le digital et les cryptomonnaies ».

Penfolds, le fleuron du géant australien Treasury Wine Estates, vient de lancer son NFT

À gauche : photo de la série « Champagne » de Nick Rees (2015). À droite : représentation animée en 3D des cloches emblématiques du Château Angélus.

Cette œuvre fait partie d'un « package » NFT vendue aux enchères, comprenant aussi une barrique d'Angélus 2020 primeur et des expériences VIP au domaine.

sur BlockBar, première plate-forme de vins et spiritueux de luxe en vente directe. Il confère la propriété d'une barrique de Magill Cellar 3 millésime 2021 pour l'équivalent de 130 000 dollars, sera convertible en 300 jetons pour autant de bouteilles disponibles en octobre 2022 et inclut des expériences exclusives. Un collector car ce vin ne sera pas disponible à la vente publique. Toujours en Australie, Dave Powell est le premier négociant au monde à vendre en NFT tout un millésime : 100 barriques du 2021 de sa nouvelle marque Neldner Road.

Effet fan plus effet collector, Sarah Jessica Parker, la star de « Sex and the City », coche, elle, toutes les cases avec les NFT d'Invivo X, son vin de Nouvelle-Zélande. La cave qui le produit « étudie la possibilité d'ouvrir un magasin de vin virtuel où l'achat d'une bouteille par un avatar

numérique donnera lieu à la livraison d'une bouteille physique à domicile, partout dans le monde. Les détenteurs de NFT pourraient bénéficier d'un accès exclusif à l'ouverture de la boutique dans le métavers. » Le métavers étant un ensemble d'espaces virtuels interconnectés dans lesquels des utilisateurs partagent des expériences immersives en 3D (lire aussi notre article « Voyage dans le métavers », p. 40). Enfin, la première marque de vins entièrement NFT, Hello Fam, créée par deux entrepreneurs du vin en ligne et des NFT, lance sa première cuvée, Genesis 2021, un assemblage de syrahs israéliennes.

L'AUDACE DES « PETITS » VIGNERONS

Chez les « petits », on s'intéresse aussi, avec plus d'audace que de moyens financiers. Flavian Darius Pommier, 26 ans, propriétaire de Château Darius, un modeste saint-émilion grand cru de sept hectares, a inauguré la tendance en France dès avril pour, dit-il, « moderniser le business et séduire ma génération ». Ce fan d'art et de tech, éduqué à Londres, ami de Farokh Sarmad, qui conseille des marques de luxe, apparaît comme un as du marketing. Il s'est déjà faufilé jusqu'à l'Élysée et produit une cuvée perso pour le magnat Mohamed Hadid dont la fille Gigi, top model, pose volontiers avec la bouteille... Quant à l'Anglais Mike Barrow, fondateur à Mendoza (Argentine) de Costaflores, il vend son vin via son propre actif cryptographique. À chaque

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION. NICK REES/ GALLERY STOCK DR





Famille du média : PQN
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : Hebdomadaire

Audience : 713000

Sujet du média : Lifestyle

LES ECHOS WEEK-END

LesEchos

WEEK-END



Edition : Du 03 au 04 decembre 2021

Journalistes : Béatrice Brasseur

Nombre de mots : 2125

Valeur Média : 62425€



récolte, il évalue combien il aura de bouteilles, émet autant de NFT dont le prix est établi en fonction de la demande. Après trois ans d'élevage, le vin est prêt et les détenteurs des NFT peuvent dès lors disposer des bouteilles ou conserver leurs jetons qui leur permettent aussi de devenir actionnaires du vignoble. Cela fait partie des « smart contracts » (contrats intelligents) des NFT.

Guillaume Jourdan voit plus loin. Pour lui, les bénéficiaires pour les producteurs et pour les œnologues sont nombreux: « À Bordeaux, les propriétaires vendent en primeur aux négociants et ne connaissent pas le client final. Avec le NFT, ils pourront tracer chaque bouteille, savoir qui l'a achetée, où elle est stockée et dans quelles conditions. Le client qui achète une caisse en primeur la paie immédiatement mais n'est livré que deux ans plus tard. Dorénavant, il pourra revendre son NFT illico. Avant même le "livrable", il pourra donc y avoir une chaîne d'acheteurs ajoutant de la valeur supplémentaire à chaque transaction », explique-t-il.

« Et rien n'empêchera d'inclure dans le smart contract une redevance pour le propriétaire à chaque opération. C'est du chiffre d'affaires en plus. En Bourgogne, où la vente des Hospices de Beaune vient de battre un nouveau record, on peut imaginer que l'acquéreur d'une pièce de 220 litres émette 300 jetons dès le lendemain, poursuit

À gauche : photo de la série « Champagne » de Nick Rees (2015). À droite : sculpture exclusive imaginée par Lady Gaga pour le jéroboam Dom Pérignon, à découvrir dans un pop-up store

100% virtuel, tout comme les deux coffrets en édition limitée à 50 exemplaires chacun du millésime 2010 et du rosé 2006, dessinés en collaboration avec la star, et eux seuls vendus en NFT.

WINEDEX, POUR SÉCURISER SES ACHATS

Dans le secteur des vins fins, l'authentification et la traçabilité sont cruciales. Dealwine, premier acteur des ventes aux enchères de vin en France et leader mondial des enchères en ligne de vin, innove avec cette appli, unique à ce jour, qui s'appuie sur les smart contracts et les tokens sécurisés par la blockchain. Chaque bouteille expertisée (plus 90 points de contrôle) est vendue équipée d'un tag RFID inviolable qui garantit son identification et permet de la relier aux informations numériques infalsifiables contenues dans la blockchain Winedex. Sur Apple Store, Google Play et <https://www.winedex.io>

l'expert. En Champagne, les grandes cuvées mûrissent huit ou dix ans en cave avant d'atterrir sur le marché. Elles pourraient être vendues en NFT dès l'assemblage terminé, valorisant ainsi immédiatement le stock. Demain, le chiffre d'affaires pourra être délivré du physique et du temporel! C'est le côté ultra-positif des NFT, au-delà du message cool envoyé aux jeunes générations. Évidemment, les gagnants de cette nouvelle économie virtuelle seront les marques les plus fortes et les plus désirables et qui auront les moyens et les talents de s'offrir la technologie nécessaire. Celles-là mêmes qu'afficheront les avatars de leurs clients dans le métavers, l'étape ultime de la dématérialisation. Car il s'agira toujours de statut social, réel et virtuel étant les deux faces de la même médaille.

Le meilleur des mondes, alors? N'existe-t-il pas un risque de décorrélation totale entre le NFT et le produit réel? « Non, on s'adosse là sur des produits bien tangibles, estime Arnaud Daphy. Il ne s'agit pas de quelques pixels encodés comme pour les œuvres numériques. À la fin, il s'agit toujours de livrer la bouteille physique au client. » « L'économie virtuelle ajoutera de la valeur supplémentaire à l'économie réelle, renchérit Guillaume Jourdan. On peut imaginer des extensions de marque à l'infini. »

Plus d'infos sur [lesechos.fr/weekend](https://www.lesechos.fr/weekend)

NICK REES GALLERY STOCK - DR L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

