

La digitalisation bouleverse les rapports entre les professionnels de la grande consommation et leurs clients. Le secteur du vin n'échappe pas à la règle, comme en témoigne la floraison des applications dédiées.



Ces applis qui rapprochent le des consommateurs

Selon le baromètre Sowine/SSI 2016, internet est devenue la troisième source d'information consultée avant l'achat de vin, après les cavistes et l'entourage. L'avènement et la démocratisation du web, puis du mobile ont profondément modifié le comportement des acheteurs, en termes de recherches effectuées avant l'achat sur les références ou sur le prix, ou de choix dans le canal de distribution. L'influence des technologies numériques sur les consommateurs français de vin est désormais une réalité. En 2010, seuls 10 % d'entre eux avaient déjà acheté du vin en ligne. Ils sont aujourd'hui

34 %. Or, si l'e-commerce paraît encore minoraire dans les ventes de vin, notamment à cause de la livraison, qui doit composer avec le poids et le conditionnement des produits, le secteur n'en est pas pour autant en retard. « On observe une évolution sensible et un réflexe qui se normalise, en partie grâce au développement du drive et à l'arrivée d'acteurs comme vente-privee », explique Sylvain Dadé, fondateur de l'agence de marketing du vin Sowine.

La multiplication des fonctionnalités

Au cœur de cette digitalisation, les applications mobiles occupent une place de choix. « Le smartphone est désormais l'interface naturelle vers



vin

des services qui simplifient le quotidien. Les plus utilisées sont les applications de recettes, de réservation de restaurants ou de livraison à domicile», précise Kevin Camphuis, expert de la FoodTech et cofondateur de ShakeUpFactory. Référencements de produits, reconnaissance visuelle des étiquettes, informations sur les accords mets/vins, mises en relation avec les professionnels du secteur, achats via mobile... Les fonctionnalités sont aussi nombreuses que les applications. «Comme du côté de la vente en ligne, le vin n'est pas en retard par rapport à l'ensemble des produits alimentaires, si l'on considère l'ancienneté ou le succès de Vivino à l'international, fortement challengé en France

par WineAdvisor, qui a su inventer des services complémentaires, telle la gestion de cave personnelle et proposer de la vente in-app, et ce avant le leader», poursuit-il.

La dimension servicielle, clé du succès

Si les applications les plus populaires sont avant tout destinées au grand public, l'innovation est florissante dans ce domaine en direction des professionnels : conseils (Matcha), livraison de matériel (10vins), outil de e-learning (EnoBordeaux), application de prise de commande (Goot)... «Le vin est une activité très aspirationale, ce qui veut dire qu'il attire de nombreux amateurs impliqués autour d'un sujet ■■■■

L'APPLI COMMUNAUTAIRE VIVINO

Parmi les plus téléchargées au monde, cette application a été lancée dès 2010 à Copenhague par Heini Zachariassen et Theis Sondergaard. Ses 23 millions d'utilisateurs contribuent quotidiennement à évaluer et à partager plus de 10 millions de vins préalablement scannés, faisant de Vivino la plus grande communauté vin, mais aussi la plus importante base de données vinicole mondiale. À noter que l'appli a été conçue pour proposer une évaluation des vins et établissements vinicoles sur la base de milliers de commentaires d'utilisateurs par un simple scan de l'étiquette d'une bouteille.

Le plus

L'appli vient d'intégrer «Vivino Market», fonctionnalité qui permet d'acheter en deux clics les meilleurs vins correspondant à son profil de dégustation, et sourcés par pays parmi les distributeurs partenaires (producteurs, négociants ou cavistes).



L'APPLI D'ACHAT WINEADVISOR

Lancée en 2015 par une start-up perpignanaise, c'est l'appli incontournable des mobinautes amateurs de vin. Conçue d'abord comme une appli communautaire, WineAdvisor est devenue progressivement un outil de gestion de cave virtuelle à travers l'historique et l'inventaire personnel de chaque utilisateur, qui peut ajouter ou enlever des crus de son stock lorsqu'il les a achetés ou dégustés. Elle permet de prendre en photo l'étiquette de la bouteille afin d'accéder à sa fiche technique, mais également de commander via le smartphone, et à prix domaine, plus de 4 000 références de champagnes et de vins, et de consulter les coups de cœur du Meilleur Sommelier et Ouvrier de France. Les bouteilles sont expédiées en vingt-quatre heures.

Le plus

Une fonctionnalité permet de réserver une bouteille depuis le restaurant où on est en train de la déguster.

ROBERT KNIESCHKE - FOTOLIA



DROBOT DEAN - FOTOLIA



L'APPLI TÉE AUX VIGNERONS WINE ON DEMAND

Cette application de livraison de vin fédère un réseau de vignerons. Elle permet aux particuliers de déléguer toute la partie de recherche du vin en envoyant WOD à sa recherche. WOD affiche ensuite un prix sur le téléphone de l'utilisateur pour qu'il puisse commander directement via l'appli. Il s'agit d'un service sur mesure entièrement à la disposition du client, qui facilite le parcours entre la dégustation d'un vin (n'importe où et n'importe lequel) et son achat. Le seul juge de la qualité du vin est le goût de l'utilisateur. À date, plus de 50 000 vins sont référencés auprès de quelque 1 500 fournisseurs. Wine on Demand comptabilise déjà **10 000 téléchargements**

Le plus

La simplicité, puisqu'il suffit de prendre une photo de l'étiquette de la bouteille et le système de reconnaissance fait le reste.

qui demande beaucoup de connaissances et un marché très éclaté de milliers de producteurs, analyse Kevin Camphuis. Cela suscite de nombreuses vocations et projets partout dans le monde. » Le succès de ces applications repose sur la dimension servicielle, un vrai atout dans un secteur caractérisé par une profusion de l'offre et une forte demande de conseils de la part des consommateurs. « En France, ces derniers sont finalement peu éduqués, en dépit du fait que le vin fasse totalement partie du patrimoine », explique Fabrice Beaugrand, qui a conçu l'application Grand Tasting. Un constat partagé par Sylvain Dadé : « Les Français se

déclarent néophytes en la matière, ils n'ont aucun mal à reconnaître la complexité de l'offre, et donc qu'ils ont besoin d'informations avant l'achat. » D'où l'envie de connaître les vins recommandés, les millésimes..., et aussi les avis des autres consommateurs. « Le vin revêt un caractère social, émotif, rappelle Quentin Bassi, directeur général et cofondateur de Wine On Demand. L'application mobile permet de faire le lien direct entre le moment de la dégustation, chargé d'émotion, et l'achat du vin. Elle permet de renouveler une expérience de dégustation en commandant le vin pour chez soi. »

L'APPLI TÉE AUX VIGNERONS TWIL (THE WINE I LOVE)

Cette appli de référencement présente la particularité d'avoir été élaborée par les vignerons. Elle met en relation directe producteurs et consommateurs et se positionne en créateur de lien entre professionnels et grand public. Un scan de l'étiquette, et toutes les informations indispensables sur smartphone s'affichent. Twil permet de découvrir des vins de producteurs, et d'acheter au prix propriété, que le domaine soit à 10 ou 1 000 km du lieu de dégustation. Elle revendique à date 1 750 producteurs adhérents, 2 000 références disponibles et 300 000 fiches de dégustation. Une application déjà téléchargée **50 000 fois**.

Le plus

Les « #winelovers » peuvent mémoriser leurs coups de cœur dans leur espace personnel, les partager grâce au fil d'actualité communautaire et profiter des recommandations de leur entourage.



LAURIANE LARTIGOT

Démocratiser le secteur

Connectivité quasi-permanente, besoin de réassurance, géolocalisation : les utilisateurs, notamment les jeunes, ont accès à des produits jusque-là réservés à des connaisseurs. C'est une véritable démocratisation du secteur, grâce à un meilleur accès aux informations produits et à un conseil en temps réel, où que le consommateur se trouve, qui se dessine. La volonté d'apporter un vrai plus aux utilisateurs est commune à l'ensemble des créateurs d'applis, dont bon nombre de start-up. « L'application Wine On Demand a été conçue pour faire une seule chose : rechercher un vin et le commander, revendique Quentin Bassi. Nous sommes persuadés qu'une application mobile doit être extrêmement simple d'usage. Le mobile permet de simplifier les démarches de l'utilisateur au maximum... Les applis bien pensées sont les applis qui facilitent la vie », poursuit le start-upper.

L'APPLI PHYGITALE

GRAND TASTING

La première version de cette application issue du célèbre guide Bettane + Desseauve référençait les vins disponibles lors des foires aux vins organisées par la grande distribution et notés au-dessus de 14/20, avec comme objectif de guider l'achat pendant cette période riche en promotions. Pour la nouvelle version, disponible dès le mois de juin, l'appli élargit son catalogue aux vins notés dès 12/20, ce qui lui permet d'intégrer en tout 10 000 vins, soit 10 % de la production française. L'appli propose également une fonctionnalité permettant de connaître la disponibilité de la référence dans les enseignes. Elle référencera bientôt les vins étrangers et devrait être déployée dans plusieurs pays. Grand Tasting a été téléchargé **30 000 fois**.

Le plus

Le système de filtres poussé qui permet à l'utilisateur d'accéder à une sélection très personnalisée.



33%

La part des Français ayant déjà téléchargé une application dédiée au vin sur leur smartphone ou tablette

41%

La part des Français ayant déjà consulté un réseau social dédié au vin

30%

La part des achats de vin en ligne ayant été réalisés via smartphone ou tablette

Source : Baromètre Sowine/SSI 2016

La profusion d'applications est-elle un atout pour la digitalisation du secteur? Elle pourrait en fait représenter un frein, car peu de mobinautes téléchargent plusieurs applications du même secteur. Or, le succès de ces applis est, au-delà de fournir la liste la plus exhaustive de références, d'attirer le plus d'utilisateurs et d'atteindre une masse critique. « Certains acteurs auraient intérêt à se rassembler », estime Sylvain Dadé (Sowine). « L'enjeu est de réussir à réunir au sein d'une même interface toutes ces solutions sans que ce ne soit confus pour les utilisateurs », ajoute Kevin Camphuis (ShakeUpFactory). Autre

élément qui pourrait améliorer ou modifier les fonctionnalités, et donc le rôle de ces applis : l'intégration de l'intelligence artificielle, qui pourrait « bouleverser les équilibres entre les acteurs de cette filière ». En attendant, les professionnels sont fortement poussés à se digitaliser, de la logistique à l'échange de données, en passant par l'optimisation des process. « Le souhait des consommateurs de disposer d'informations détaillées sur l'origine, la qualité, va amener à la mise en place de plates-formes d'échanges et de traçabilité digitales. »

La tendance du showrooming

Cette pression constante de la part des consommateurs se retrouve par ailleurs dans leurs comportements en magasins. Une application mobile permet de comparer les prix en temps réel et de privilégier l'achat en ligne si la bonne affaire se trouve plutôt sur internet.

Cette tendance du showrooming, de plus en plus répandue dans d'autres catégories de produits, peut-elle se développer pour les achats de vin? « Il faut déjà avoir une idée précise de ce qu'on souhaite acheter, donc être un peu amateur, nuance Sylvain Dadé. En revanche, les actes de réachat peuvent facilement se déplacer ensuite en e-commerce lorsqu'un consommateur a acheté en GMS ou chez un caviste un vin qui lui plaît. » Une évolution qui devrait pousser l'ensemble des professionnels à revoir leurs politiques tarifaires et leur approche des canaux de distribution. ■

AUDE CHARDENON

L'APPLI PHYGITALE

KOL

À la différence d'autres applications, **Kol internalise les stocks** et possède donc des entrepôts de petite taille en milieu urbain, permettant de combiner les avantages de possession et de la livraison rapide tout en garantissant des prix compétitifs. L'entreprise française fonctionne tel un véritable caviste dématérialisé et travaille directement avec les producteurs, ou avec des distributeurs quand des marques sont verticalement intégrées. Cette recherche constante de produits directement à la source lui permet de garantir les prix affichés, car le nombre d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur est limité.

Le plus

Kol garantit la livraison de références à température de dégustation.



« Les Français n'ont aucun mal à reconnaître la complexité de l'offre, et qu'ils ont besoin d'informations avant l'achat. »

Sylvain Dadé, fondateur de Sowine

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