

BOURGOGNE VITICULTURE

# Le monde viticole bourguignon

L'innovation s'est immiscée dans tous les secteurs de l'économie française. Mais en Bourgogne, c'est le vin qui occupe la première marche du podium des secteurs porteurs. Alors, quand on mêle innovation et vin, cela

donne Domaine du goût et Noépierre, deux start-up prometteuses. Lune, avec un système d'abonnement, propose une sélection d'échantillons de trois vins pour faire votre choix avant de passer commande. L'autre a

créé un patch indiquant la teneur en sulfites des vins. Portraits de deux entrepreneurs, l'un de Côte-d'Or, l'autre de Saône-et-Loire. Preuve que l'innovation n'a pas de frontière et que les idées suffisent.

## Domaine du goût : des échantillons de vins pour faire son choix avant de passer commande

Basée à Fontaine-lès-Dijon, la start-up Domaine du goût a été créée en octobre dernier par son président, Sébastien Bricout, 41 ans. L'entrepreneur a, auparavant, travaillé dix-sept ans dans le marketing et le développement de produits. Son projet, que ce passionné de vin décrit comme un « nouveau service » qui consiste à « goûter avant d'acheter », il le veut « novateur ». Il devrait être effectif d'ici au mois de mai. Avec un système d'abonnement à 45 € par mois, le client recevra chez lui un coffret de dégustation composé de trois échantillons de 2 cl d'un même type de vin (rouge ou blanc), appelés Vinotte®. Ceci avec des vins présélectionnés par Thierry Dorge, sommelier et instructeur à l'École du vin de Paris, qui a plus de vingt ans de métier. Le client, aidé par des fiches explicatives mais surtout guidé par son palais, opérera sa sélection parmi ces trois vins et se verra ensuite livrer trois bouteilles entières du vin choisi, d'une valeur unitaire de 15 €.



■ Sébastien Bricout est le président de la start-up Domaine du goût, à Fontaine-lès-Dijon. Il propose, avec un système d'abonnement, chaque mois, des coffrets avec trois échantillons de 2 cl de vins. Le but ? Que les clients fassent leur choix au mieux avant de recevoir les bouteilles entières d'un même vin. Photo V. L.

### « Toujours donner le mot final au consommateur »

« L'idée est de toujours donner le mot final au consommateur », explique Sébastien Bricout. « Nous voulons vraiment que ce soit la personne elle-même qui fasse son propre choix. » L'entrepreneur précise que le conditionnement avec la Vinotte® est « une technologie qui permet qu'il n'y ait pas d'entrée d'air dans les échantillons et d'ainsi pouvoir garder les mêmes saveurs et arômes que ceux qui sont dans la bouteille ».

Chaque mois, les abonnés recevront un nouveau coffret de trois échantillons pour faire leur choix. « Pour l'instant, je me lance sur le marché français, avec des vins issus de tout l'Hexagone : bourgogne, bordeaux, anjou, côtes-du-rhône, languedoc, etc. », ajoute Sébastien Bricout. « À chaque fois, nous recherchons de "petites pépites" que nous voulons proposer au meilleur rapport qualité/prix. Nous sommes très exigeants dans la sélection des vins. »

### Un financement participatif prometteur

Le projet du startupeur a fait l'objet d'une campagne de financement participatif sur soixante jours qui a permis de lever près de 11 000 € sur un objectif de 7 500 € (soit 141 % de l'objectif atteint), ceci auprès de quelque 200 con-

tributeurs. « La campagne, qui a très bien fonctionné, m'a permis de tester le concept auprès du grand public et, notamment, de déterminer si ce dernier était davantage intéressé par l'achat de vins rouges ou blancs », indique Sébastien Bricout. « Aussi, lorsque les vins sont présélectionnés par Thierry Dorge et que je vais à la rencontre des vignerons, ces derniers se disent très satisfaits de pouvoir les faire goûter de la sorte. »

### « Plusieurs dizaines d'abonnements dès le lancement en mai »

Aujourd'hui, le président de Domaine du goût prévoit de commencer réellement l'activité « avec plusieurs dizaines d'abonnements dès le mois de mai ». Le chef d'entreprise envisage aussi rapidement de proposer à ses futurs clients d'autres types de coffrets thématiques à la dégustation, par exemple « des vins rosés avant l'été ».

Vincent Lindeneher

**INFO** Sébastien Bricout est, par ailleurs, membre de la FoodTech et de la WineTech. Il est soutenu dans son projet, entre autres, par la Banque publique d'investissement (BPI) et par l'Agence économique régionale (AER) de Bourgogne-Franche-Comté. Il fait aussi partie de Village by CA de Dijon, une pépinière de start-up.

## Arnaud Marthey : « La commercialisation d'une innovation doit être rapide »

Arnaud Marthey, président de l'Agence économique régionale (AER) de Bourgogne-Franche-Comté, qui a accompagné Sébastien Bricout, fondateur de la start-up Domaine du goût, salue ce « nouveau venu sur un marché dynamique et de plus en plus concurrentiel, celui de l'e-commerce du vin ». « Cette nouveauté commerciale s'appuie sur une innovation de service à forte valeur ajoutée, qui est un facteur clé de succès. Domaine du goût s'est également appuyée sur un autre facteur de succès : la vitesse de commercialisation d'une innovation. Avec la mondialisation et le décloisonnement de l'économie, la commercialisation d'une innovation doit être rapide. Si ce n'est pas le cas, c'est un concurrent qui prend le lead (qui prend l'avantage, ndlr) », analyse le président. Qui rappelle, au passage, que « les entreprises ont besoin de partenaires et d'un environnement favorable pour être innovantes ». Pour mémoire, Sébastien Bricout a été soutenu par la Presta'Inno proposée au sein de l'AER de Bourgogne-Franche-Comté. Cette aide financière permet aux entreprises de recourir, via un prestataire, à des compétences externes pointues (techniques, financières, économiques...) à un moment clé de leur vie.



■ Arnaud Marthey préside l'AER de Bourgogne-Franche-Comté Photo DR

M. Mo.