



WineVision lève 1,5 M€ pour digitaliser l'expérience des acheteurs de vin

WineVision utilise le casque de réalité virtuelle de Meta. © WineVision La start-up WineVision propose des visites virtuelles des domaines accessibles à partir d'un QR code sur une bouteille ou bien à partir d'un casque de réalité virtuelle. Elle veut aussi développer des services interactifs avec les clients grâce à l'intelligence artificielle. Une bouteille de vin n'est sûrement pas un produit comme un autre : le client a souvent envie d'en savoir plus sur le breuvage, son élaboration, le terroir dont il est issu et même les hommes et les femmes qui l'élaborent avec passion. Pour répondre à cette attente, les fondateurs de WineVision, Louis Thouard et Matthieu Varon ont eu l'idée de mettre au point un service de découverte des domaines par le biais de vidéos qui peuvent être proposées sur le site de e-commerce d'un domaine, accessibles par l'intermédiaire d'un QR code présent sur chaque bouteille ou encore grâce à un casque de réalité virtuelle Meta « Le casque de réalité virtuelle permet de proposer une expérience complète au client qui peut découvrir le domaine sous toutes ses dimensions, soit sur un salon, et même sur le domaine pour montrer des moment clés de l'année comme les vendanges ou des étapes de l'élaboration du vin », explique Matthieu Varon.

Lire aussi : InterCellar créé des NFT pour améliorer la traçabilité des bouteilles de grands crus

« Nous sommes en train d'intégrer une intelligence artificielle dans notre service sous la forme d'un conseiller client virtuel qui est en mesure de répondre aux questions et d'accompagner le client dans son parcours d'achat », poursuit-il. Une idée qui fait partie des projets de WineVision et qui a séduit les investisseurs. Ceux-ci viennent de mobiliser 1,5 million d'euros en equity auprès de family offices et de business angels pour financer l'accélération de la société fondée en 2019 à Chalon-sur-Saône.

Casque de réalité virtuelle pour découvrir et acheter

Forte de 60 clients, grands ou petits domaines mais aussi coopératives et négociants, dans les différentes régions viticoles de France, WineVision a pour projet d'augmenter le nombre de ses clients français, mais aussi de se lancer à l'international, en commençant par les deux grands pays viticoles que sont l'Espagne et l'Italie. Le but est aussi de diversifier l'activité des clients en s'adressant désormais aux tonnelleres, brasseries et producteurs de spiritueux. Parmi les nouveautés en préparation, la possibilité d'accéder aux informations nutritionnelles du vin en utilisant le même QR code déjà proposé pour la visite virtuelle du domaine.

Lire aussi : Nutrilabel, un QR code pour connaître la liste des ingrédients des bouteilles de vin

« Nous comptons arriver à plus de 100 clients d'ici la fin de l'année 2024, ce qui nous amène à embaucher pour conduire notre développement. Ainsi, nous prévoyons d'arriver à 15 ou 20 collaborateurs fin 2024, sachant que nous sommes 10 aujourd'hui. Les nouvelles recrues seront surtout destinées à la force commerciale et à la R&D », détaille Matthieu Varon.

Mots-clés

Vin

E-commerce

Vinification

Viticulture