

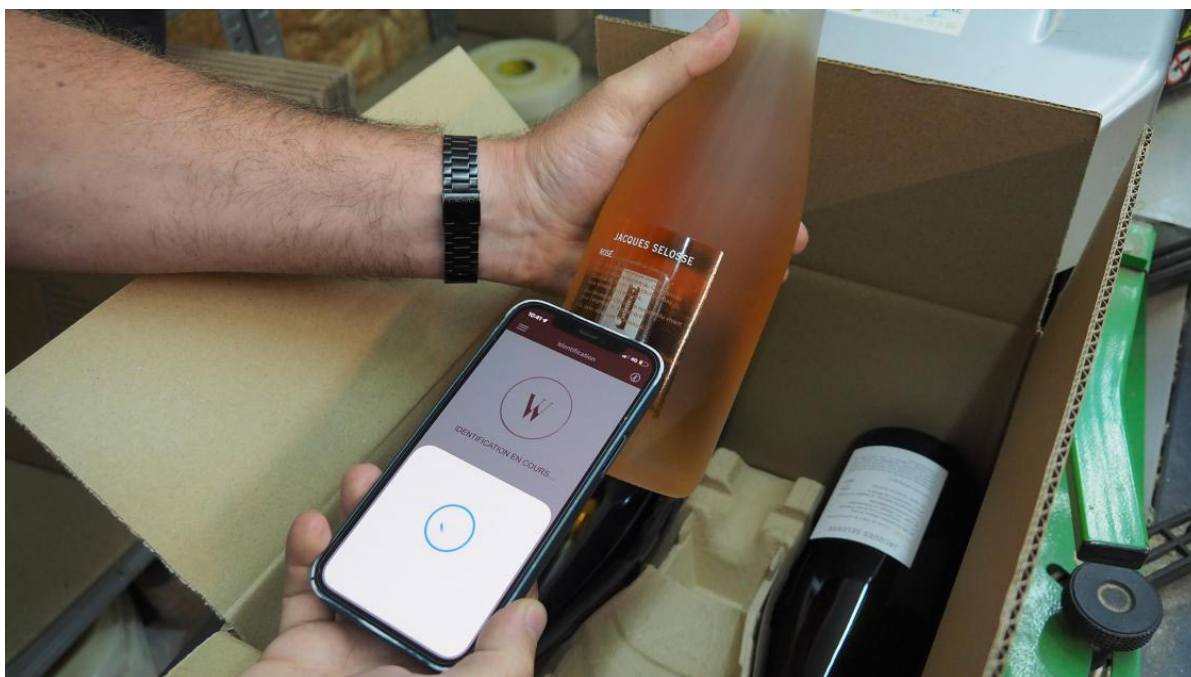
Contre le marché gris, le champagne J. Selosse, à Avize, équipe ses bouteilles de puces traqueuses

MIS EN LIGNE LE

9/07/2022 À 09:15

✍ MAXIME MASCOLI

Depuis avril, les très recherchées cuvées peuvent être suivies à la trace par Anselme et Guillaume Selosse. Ils ont investi dans des puces NFC qui, avec l'aide d'un téléphone, permettent de savoir où se trouvent les bouteilles vendues dans le monde. Le but : asphyxier le marché gris de la revente.



Cette puce commence à faire son nid en Champagne, après Bordeaux et la Bourgogne. Outre Selosse, le champagne Pertois-Moriset en a fait l'acquisition.

A

nselme Selosse sort son téléphone et pianote sur son écran. Le vigneron star d'Avize trouve en un clin d'œil ce qu'il cherchait. « *Tenez, là, on a notre millésime 2008. Il a été très bien médiatisé et il est très bien noté. Nous, on le sort à 250-300 euros. Sur ce site, il est vendu à 3 000 euros.* » Pourquoi un tel prix ? C'est à cause de la spéculation. La marque Jacques Selosse, très prisée des amateurs de vin, produit en quantité très limitée : 60000 bouteilles par an maximum. Elles sont difficiles à obtenir. « *Quasiment toutes nos bouteilles sont en allocation* », précise Guillaume. Autrement dit, ils vendent à un cercle restreint et trié sur le volet d'acheteurs, particuliers et professionnels. Pour s'en procurer, certains sont prêts à dépenser cinq, voire dix fois le prix initial. Et les revendeurs en ligne ne s'en privent pas. C'est pour lutter contre ce marché gris que le duo de vignerons a opté pour une solution originale : équiper toutes leurs bouteilles de puces.

Direction le métaverse

Anselme Selosse ne compte pas en rester là. Il espère pouvoir développer la technologie de ces puces pour apporter plus d'informations « comme savoir si la bouteille a été bien conservée à la bonne température ». Mais il veut aller plus loin : « On pourrait créer des NFT (non fungible token, certificat d'identification unique d'une donnée numérique) avec cette puce pour donner une vraie identité virtuelle à chaque bouteille. D'ici cinq ans, on pourrait entrer dans le métaverse (univers de réalité virtuelle) pour se souvenir des bouteilles que l'on a consommées depuis longtemps. » Cela prend moins de place que de garder les bouteilles vides, c'est sûr.

“On a eu le cas l’an passé d’un acheteur qui vidait les stocks européens pour tout revendre à Londres en faisant flamber les prix”

Pourquoi cette décision ? « *On a des problèmes de spéculation avec des prix aberrants, répond Guillaume Selosse, qui a repris la direction de la maison. On met la pression sur nos distributeurs pour leur dire de faire attention mais ça ne suffit pas* », comme le prouve le nombre de bouteilles retrouvées dans des ventes aux enchères. On pourrait croire que cette revente ne pose aucun problème aux Selosse, leurs bouteilles étant déjà vendues. « *Sauf que non, rétorque Guillaume. Si une bouteille fait Singapour, Australie, Londres, qu’elle est vendue très chère et qu’au final elle n’est pas bonne car elle a été conservée n’importe comment, c’est nous qui recevons des réclamations.* » Ils sont aussi gênés de voir leur production vendue bien plus chère que le prix d’origine. Le phénomène peut mener à de véritables ruptures de stock. « *On a eu le cas l’an passé d’un acheteur qui vidait les stocks européens pour tout revendre à Londres en faisant flamber les prix* », se souvient avec amertume le père. « *C’est de notre responsabilité de pouvoir suivre ces bouteilles et d’éviter d’alimenter ce marché de la revente.* » Et la solution est donc passée par une petite puce cachée sous l’étiquette (voir ci-dessous).

Guillaume Selosse se veut rassurant : pas question de suivre chaque seconde le déplacement de la bouteille. Il n’est pas non plus obligatoire de la scanner et de partager sa géolocalisation : « *On a rassuré nos revendeurs qui pensaient qu’on allait s’emparer de leurs fichiers clients. Nous, on ne verra pas qui a acheté la bouteille, juste un numéro de série.* » L’objectif, c’est de savoir d’où aurait pu venir la fuite vers le marché gris. « *Si on vend des bouteilles à Madrid et qu’elles se retrouvent toutes à New York aux enchères, c’est qu’il y a un problème* », donne pour exemple Anselme Selosse. Les revendeurs trop peu regardants sur le profil des acheteurs pourraient ainsi perdre leurs allocations. « *Évidemment, on discute avec eux, tempère Anselme Selosse. Si c’est qu’une bouteille ou deux, c’est différent.* »

Pour l'instant, il est trop tôt pour savoir si cette nouvelle technologie a un impact sur le circuit de vente. « *Il faudra attendre au moins un an, le temps que les bouteilles circulent* », précise le fils. Ils fondent beaucoup d'espoir dessus, d'autant que cette technologie a un coût : « *Entre 25 et 40 centimes par bouteille* », renseigne Alexandre Mongrenier, fondateur de Wid Group, qui fournit les puces. D'où une cible de vins haut de gamme et rares. L'étiquetage est aussi un peu plus complexe. Mais pour le champagne Jacques Selosse, le jeu en vaut la chandelle.

Comment fonctionne cette puce

Invisible, la puce se comporte comme un traqueur GPS qui contient des informations de base : provenance, acheteur, localisation, date de dégorgement... Selosse père et fils ont fait appel à la société spécialisée Wid Group, fondée en 2014 et qui équipe de nombreuses marques de vins et spiritueux prestigieux. Alexandre Mongrenier, le fondateur, nous explique le fonctionnement. « Je connais cette technologie depuis très jeune car mon père travaillait pour l'Établissement français du sang. On s'en sert pour identifier les poches. L'idée, c'est d'avoir un marqueur différent d'un code-barres ou d'un QR code. » La puce n'émet pas un signal GPS en permanence, la durée de conservation d'une bouteille étant trop longue pour qu'une batterie puisse tenir la route. Elle ne s'active que lorsqu'on utilise un lecteur sur elle : ici un simple téléphone portable. « Avec la technologie NFC (near field communication), on peut la lire à travers le bois, le carton... jusqu'à 30 cm. C'est très pratique pour le vigneron pour gérer sa logistique. »

Mais c'est bien l'usage de mouchard qui intéresse les Selosse. Mais comment convaincre les acheteurs d'utiliser l'appli mobile pour lire la puce ? « Pour les distributeurs, on les incite à le faire pour montrer leur transparence envers le vigneron. » En scannant toutes les bouteilles reçues, ils montrent leur bonne volonté. Pour les clients,

c'est plus aléatoire. « C'est pourquoi on met des informations importantes sur la puce comme la date de dégorgement », précise Guillaume Selosse. Cela peut aussi mener à des notes de dégustation, voire même des vidéos. Ainsi, en cherchant simplement à savoir si sa cuvée a un goût d'agrumes ou miellé, le particulier permet au vigneron de savoir où se trouve le flacon. « On communique beaucoup là dessus, précise Alexandre Mongrenier. Au début, les grands noms avec qui on travaillait cachaient un peu cette technologie mais aujourd'hui, c'est assumé. » Donner ses informations personnelles en échange d'un accès à une application est devenu monnaie courante en ligne, ce qui facilite l'adoption de cette technologie au service des vignerons.