

Tagdevin



- La téléphonie mobile au service du vin -

<http://www.tagdevin.com>



SOMMAIRE

1 - PRESENTATION GENERALE

- *L'entreprise TAGDEVIN*
- *La genèse du projet*
- *Les objectifs du service*

2 - CONCEPT INNOVANT

- *Les codes barres 2D*
- *Les smartphones*
- *Comment ça marche ?*

3 - OUTIL DE COMMUNICATION AU SERVICE DU VIN

- *Les avantages pour les consommateurs*
- *Les atouts pour les vignerons*

4 - PARTENAIRES CONQUIS

5 - CONTACT

GALERIE PHOTOS

ANNEXES



1- PRESENTATION GENERALE

L'entreprise TAGDEVIN

Tagdevin est une entreprise nantaise affiliée à l'Université de Nantes via la filiale Capacités dédiée à la valorisation de la recherche et au transfert de technologies. Tagdevin développe des solutions innovantes fondées sur les nouvelles technologies issues de la téléphonie mobile et des codes barres 2D.



Francky TRICHET, fondateur et directeur actuel de Tagdevin, est Maître de Conférences en Informatique à l'Université de Nantes et Chercheur au Laboratoire d'Informatique de Nantes Atlantique (LINA – UMR CNRES 6241), équipe « Connaissances et Décisions ». Il est le responsable du pôle Technologie de l'Information et de l'Innovation (TIC) de Capacités.

Contact : <http://www.francky-trichet.com>
 francky.trichet@tagdevin.com
 02 40 14 11 49

L'objectif de Tagdevin est de promouvoir, à l'échelle nationale et internationale, l'image des vins via une approche de marketing mobile fondée sur l'usage des smartphones (type iPhone ou BlackBerry) et des codes barres 2D (aussi appelés mobiles tags ou QR-Codes).

Via sa plateforme dédiée, Tagdevin permet (1) de développer, en plusieurs langues, un site web mobile multimédia et interactif et (2) de générer un code barre 2D associé au site mobile ainsi développé. Ce code barre 2D est par la suite apposé sur les bouteilles distribuées par les vignerons aux clients et/ou dans les caves et restaurants spécialisés. Il peut être directement intégré dans la contre-étiquette ou coller sous la forme d'un médaillon.

La genèse du projet

L'idée de Tagdevin a germé suite à de multiples voyages effectués par Francky TRICHET dans la zone Asie, en particulier au Japon où l'utilisation des codes barres 2D est largement répandue depuis plus de 3 années dans des secteurs aussi variés que le tourisme, le transport ou le marketing. La volonté de Francky TRICHET d'appliquer cette nouvelle technologie à la valorisation des produits dits « du terroir », couplée à l'émergence actuelle des smartphones en Europe et en France, a conduit tout naturellement ce dernier à développer un service innovant dédié à la filière viticole. Le choix de cette filière a été motivé, d'une part, par la richesse des contenus à valoriser (*un vin, c'est de multiples histoires à raconter*) et, d'autre part, par la passion de Francky TRICHET pour l'œnologie.



Les objectifs du service

L'objectif de Tagdevin est de faire parler les bouteilles en plusieurs langues (anglais, allemand, chinois, espagnol, français, italien, japonais, portugais, russe), pour qu'elles racontent au grand public leurs histoires de contenus, de terroirs, de passions, de familles, de goûts, de rencontres, etc.

Le but est d'offrir au consommateur (averti ou néophyte) un ensemble d'informations multimédia gratuites, internationales et consultables immédiatement et en toute simplicité (*1 flash, 1 click, 1 contenu*) et mobilité (*dans un supermarché en avant vente ou chez le consommateur en toute convivialité*). La finalité peut être multiple : conseil à l'achat, sensibilisation sur les valeurs d'un domaine, éducation des consommateurs, démocratisation de l'œnologie, etc.

2- CONCEPT INNOVANT

Les codes barres 2D



Tagdevin propose une solution simple et innovante fondée sur la nouvelle technologie des codes barres 2D couplée à l'émergence des téléphones mobiles nouvelle génération appelés smartphones.

La particularité de ces codes barres 2D est qu'ils peuvent être lus et interprétés par tous les smartphones.

Tagdevin a adopté le QR-Code (*Quick Response*) pour sa simplicité d'usage et sa portabilité à l'échelle internationale. Ce type de code 2D a été créé par l'entreprise japonaise Denso-Wave en 1994.

Les smartphones

Le smartphone (« téléphone intelligent » en anglais) est un appareil tout-en-un qui est utilisé pour des fonctions de communication et d'informatique intégrées: Téléphone, SMS, Connexion multiple (3.5G, Wifi, Bluetooth), gestion de données personnelles (Contacts, Calendrier, Gestionnaire de tâches), gestionnaire Internet & email, multimédia (Photo, Musique, Vidéo), GPS.

Un smartphone atteint aujourd'hui des niveaux d'utilisation et de connexion de plus en plus proches de ceux de l'Internet pratiqué sur un micro-ordinateur.



Comment ça marche ?

➤ SE MUNIR d'un lecteur de QR-Code

Un lecteur adapté à chaque smartphone peut être téléchargé gratuitement depuis son téléphone en se connectant sur <http://m.mobiletag.com> ou sur <http://m.lynkee.com> ou en envoyant TAG par SMS au 30130 (non surtaxé).



➤ FLASHER le code 2D

Une fois le code interprété par le lecteur, l'utilisateur est automatiquement connecté à un site web mobile.



➤ SURFER

Le contenu multimédia interactif associé à la bouteille de vin flashée peut alors être consulté gratuitement et en illimité.



3 - OUTIL DE COMMUNICATION AU SERVICE DU VIN

Tagdevin propose un outil de communication moderne, original et adapté aux besoins des professionnels du vin qu'ils soient vignerons, cavistes, distributeurs, un groupement de vignerons, syndicats, etc.

Simplicité, gratuité, mobilité et interactivité sont les maîtres mots de Tagdevin en tant que média de communication direct en front office.

Un simple coup de "flash" sur le code 2D, apposé sur la bouteille ou imprimé sur la contre étiquette, permet au consommateur d'être immédiatement connecté à un site web mobile lui permettant de consulter dans plusieurs langues :

- l'histoire du vin, du vignoble et du vigneron,
- les photos du domaine,
- la fiche technique du millésime,
- la fiche contact du vigneron,
- une vidéo de dégustation pour les néophytes,
- des accords mets et vins,
- les avis des autres consommateurs, etc.

Tagdevin est donc une solution innovante permettant (1) d'enrichir la contre étiquette qui devient multimédia, interactive et internationale et (2) d'obtenir un retour du consommateur précieux pour les vignerons en termes de traçabilité. En temps réel, le vigneron peut accéder à une analyse précise du nombre de fois où le tag a été flashé, où il a été flashé et quand, ce qui lui permet de découvrir les habitudes de consommation de ses clients et de leurs lieux d'achats de prédilection.



Le consommateur peut également recommander ce vin à un ami en lui envoyant directement un mail via le site web mobile, ce qui indirectement permet au vigneron d'étendre sa clientèle potentielle via un effet réseau social très efficace.

Pour résumer, un code barre 2D sur une bouteille est un vecteur de communication privilégié car :

- il peut être lu n'importe où et par tout consommateur possédant un smartphone, dont le marché est en plein essor¹,
- il est porté par les bouteilles qui sont le meilleur média de communication car en contact direct avec les consommateurs finaux ;
- il est totalement gratuit et simple à utiliser.

4 – PARTENAIRES CONQUIS

C'est au cœur du vignoble nantais que Tagdevin s'est développé en partenariat avec 3 vignerons bio du coin qui trouvent en Tagdevin un moyen moderne, original et décalé de promouvoir des vins de grande qualité issus de l'Agriculture Biologique.



Jean-Jacques & Rémi Bonnet-Huteau, Vincent Caillé, et Agnès & Jacques Carroget-Gautier évoquent leur expérience Tagdevin avec beaucoup d'enthousiasme :

Jean-Jacques et Rémi Bonnet-Huteau

Les Gautronnières 2009 (AOC Sèvre & Maine Sur Lie), Château La Tarcière - La Chapelle-Heulin (44) - <http://www.bonnet-huteau.com>

"Tagdevin est une réelle opportunité pour tisser simplement et avec modernité un lien privilégié avec nos clients. La possibilité d'avoir la présentation de notre domaine et de la fiche technique du millésime en plusieurs langues (anglais, allemand, espagnol, russe, chinois, japonais, etc.) est un atout majeur car nous exportons nos vins jusqu'au Japon. Les clients étrangers peuvent alors en savoir plus sur notre démarche de conversion à l'Agriculture Biologique. Par ailleurs, la vidéo de dégustation donne un caractère convivial et une touche d'humanité. En bref, un service innovant et original qui devrait combler la

¹ Selon Strategy Analytics, les ventes de smartphones ont bondi de 30% au dernier trimestre 2009 et 53 millions d'unités ont été écoulées en 3 mois. A l'heure actuelle, 4 téléphones sur 5 vendus par Orange sont des smartphones. Enfin, selon une étude de la Royal Bank of Scotland, les smartphones vont représenter 50 % des ventes en valeur en 2010 et atteindre 66 % en 2012.



soif d'informations de nos clients actuels et futurs." **Jean-Jacques et Rémi Bonnet-Huteau (Décembre 2009)**

Vincent Caillé

La Part du Colibri 2009 (AOC Sèvre & Maine Sur Lie), Domaine Le Fay d'Homme - Monnières (44)

<http://www.lefaydhomme.com/>

*"De la terre (à vigne) au verre (de Muscadet Part du Colibri), Tagdevin est pour nous l'opportunité de créer des liens entre le consommateur et le vigneron. En flashant simplement nos bouteilles avec son téléphone mobile, l'amateur de vin, mais aussi les sommeliers, cavistes, vendeurs se connectent instantanément sur un site web mobile et ressentent immédiatement le vin : le contexte, la philosophie dans lesquelles sont produit nos vins. Dans différentes langues, de l'anglais au chinois en passant par le russe, de nombreuses informations sont offertes à tous nos clients actuels et futurs. La vidéo apporte un peu plus de proximité, voire de convivialité. De notre démarche de l'Agriculture Biologique à la dégustation, Tagdevin nous aide également à partager et faire partager les émotions autour du vin. Tagdevinez, et on en reparle." **Vincent Caillé (Janvier 2010)***

Agnès et Jacques Carroget-Gautier

La Paonnerie 2009 (AOC Coteaux d'Ancenis Gamay Rouge), La paonnerie - Anetz (44)

<http://paonnerie.free.fr/>

*"Notre démarche de culture biologique est très prégnante. Notre travail se focalise sur la culture de la vigne, notre premier métier. Les conditions climatiques, lors des périodes sensibles de la vigne - c'est à dire du débourrement à la nouaison - nous obligent à une omniprésence sur le domaine. Tagdevin est une réelle opportunité pour expliquer notre travail, nos démarches écologiques et durables. En ce sens, il permet d'aller bien plus loin qu'une simple action marketing. Grâce à la vidéo, nous sommes en contact quasi direct avec nos consommateurs qui peuvent ainsi juger de la véracité de nos dires et de la qualité de notre travail. Le vin doit rester vivant et naturel. Tagdevin nous permet aussi de prôner une consommation saine et d'informer les consommateurs désorientés par l'excès de manipulation du vin. Pour notre travail, somme toute traditionnel, de la modernité en communication. Un beau moyen d'être actuel." **Agnès & Jacques Carroget-Gautier (Janvier 2010)***



5 – CONTACT

TAGDEVIN

contact@tagdevin.com

Francky TRICHET - CIL
Chemin de la Censive du Tertre - BP 81227
44312 Nantes cedex 03

Téléphone : 02.40.14.11.49 / Fax : 02.40.14.12.77



Directeur Général

Francky TRICHET

francky.trichet@univ-nantes.fr



Attachée de Presse

Aurore LEBRETON

aurore.lebreton@tagdevin.com





GALERIE PHOTOS

PHOTOS LIBRES DE DROIT



L'abus de tag n'est pas dangereux pour la santé
A consommer sans modération

tagdevin



PHOTOS DISPONIBLES SUR GETTY IMAGES
Crédits FRANCK PERRY - AFP



tagdevin

L'abus de tag n'est pas dangereux pour la santé
A consommer sans modération



TAGDEVIN EN SITUATION

Ecran d'accueil



Accords mets & vins et contact





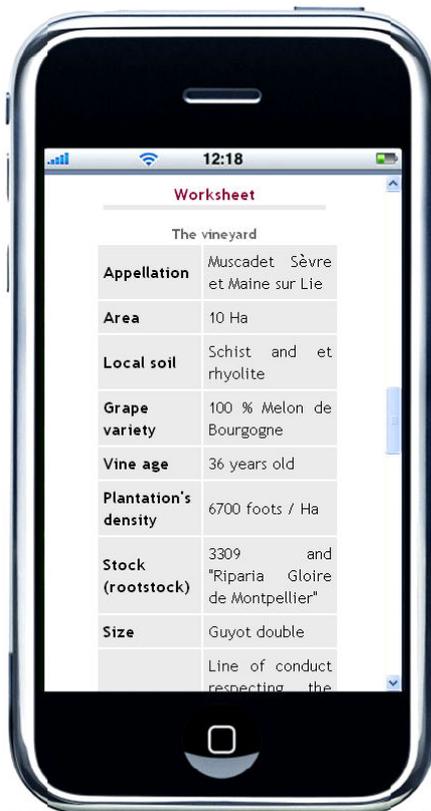
En chinois



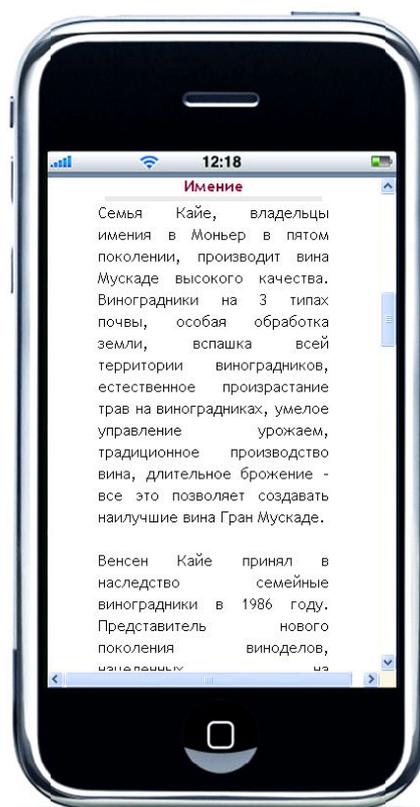
Avec des photos



En anglais



En russe





AFFICHE TAGDEVIN

Tagdevin

Comment ça marche ?

Tagdevin

[1]

Flashez

Flashez le TAG à l'aide de votre Smartphone (iphone, blackberry, etc.) via une application téléchargée gratuitement au préalable*



[2]

Connexion automatique

Une fois le TAG décodé par l'application, vous êtes automatiquement dirigé vers un site web mobile



[3]

Surfez

Une fois la connexion établie, consultez le contenu multimédia interactif dédié à la bouteille de vin flashée



*Pour télécharger GRATUITEMENT le lecteur de tags, connectez vous directement à partir de votre téléphone sur <http://m.mobiletag.com> ou envoyez TAG au 30130



AFFICHE TAGDEVIN

Tagdevin



Tagdevin

CIL

Chemin de la Cencive du Terre
BP 81227 - 44322 Nantes cedex 03

Téléphone : +33 (0)2.40.14.11.49

Fax : +33 (0)2.40.14.12.77



<http://www.tagdevin.com>
contact@tagdevin.com



Il fait parler les
bouteilles



AFFICHE TAGDEVIN

tagdevin

Tagdevin

TAG
DE
VIN

IL
FAIT



PARLER
LES
BOUTEILLES

il rassemble les gens

Communauté de partage et de recommandation
Vignerons, distributeurs et clients en contact permanent

il raconte des histoires

Histoires de terroirs, de passions, de familles, de rencontres, de goûts, de convivialité

il parle plusieurs langues

Anglais, Allemand, Chinois, Espagnol, Italien, Japonais, Portugais, Russe

il raffole des TIC

Code barre 2D, QR code, Tag Smartphone (iphone, blackberry, etc.)
Multimédia, Web mobile
Réalité Augmentée

il éduque nos papilles

Cours d'oenologie en vidéo
Fiche technique des vins
Accord Mets & Vins

il est simple à utiliser

1 Flash + 1 Click
=
1 contenu interactif
qui met le vin en scène



LA PRESSE EN PARLE

Article Presse Océan – 06/01/10

Loire-Atlantique

Tagdevin

INNOVATION. L'université de Nantes s'associe à trois vigneron bio

Parlez bouteilles !

Il suffit d'un code-barres et d'un téléphone portable pour que le vin raconte son histoire et son terroir.

Imaginez. D'un côté, un code-barres apposé sur une bouteille de vin. De l'autre, un smartphone, téléphone portable dernière génération. Entre les deux, un consommateur en mal de connaissances viticoles. Un flash plus tard et le voilà renseigné. Simple comme un coup de fil. Francky Trichet, chercheur à l'université de Nantes, assure la démonstration : « Il suffit de flasher (Ndlr : scanner) le code-barres avec son portable et apparaît alors sur l'écran du téléphone tout un ensemble d'informations concernant le vin sélectionné : la présentation du vigneron et du domaine viticole, la fiche technique du millésime, des avis de consommateurs, des accords mets et vins, des conseils de dégustation... » Textes, photos et même vidéos. Tout pour faire un choix éclairé.

« Mettre un visage sur la bouteille »

Innovant, le système est baptisé Tagdevin. Développé par l'université de Nantes, il fait son apparition dans les rayons des cavistes et des supermarchés. Pour



Tagdevin fait, dans un premier temps, la promotion de vins bio du Vignoble nantais.

l'heure, trois vigneron bio en profitent : Vincent Caillé à Monnières, Jacques Carroget à Anetz et les frères Bonnet-Huteau à La Chapel-

« Aider le consommateur à faire son choix au milieu des rayons »

le-Heulin. Jean-Jacques, le cadet, est fan : « C'est un outil de communication moderne, ludique et d'avenir. Grâce aux photos ou aux vidéos, le consommateur peut mettre un visage sur la bouteille. Cela crée un lien

avec le vigneron, un peu comme s'il était à la cave. » Objectif affiché de Tagdevin : « Être une aide à l'achat. Il doit aider le consommateur, un peu perdu devant la diversité d'un linéaire, à faire son choix. Pour les néophytes, c'est précieux, insiste Francky Trichet. Cela va démocratiser le vin. » Pour l'enseignant à l'origine du projet, Tagdevin possède également un intérêt pour les cavistes et autres revendeurs. Même à l'export : « Le contenu est multilingue. » Anglais, chinois, japonais... le choix est large et évolutif. « On s'apprête à

développer une version russe. » Encore tout nouveau sur le marché, Tagdevin a vocation à s'étendre. « S'il apporte des retombées commerciales, sûr qu'il se développera », anticipe Jean-Jacques Bonnet-Huteau. L'université de Nantes se rapprochera alors d'autres viticulteurs. « On a commencé par du vin bio par conviction et pour le buzz. À terme, nous mettrons un système d'abonnement annuel permettant au vigneron adhérent d'accéder à la plateforme Internet. » Faites parler les bouteilles. ■

Rémi Certain

Quatre mois de travail

Première en France. La mise au point de Tagdevin a demandé quatre mois de travail pluridisciplinaire au sein de l'université de Nantes. Encadrées par Francky Trichet, les recherches ont mobilisé des étudiants en master du centre international des langues et de la faculté des sciences et techniques, sous l'égide de Capacités, le pôle de compétences en technologies de l'information et de la communication de l'université de Nantes. Déjà présente dans l'édition (Ndlr : le dernier ouvrage de Jacques Attali en bénéficie), la technologie du code-barres 2D (aussi appelé mobile tag) est ici appliquée pour la première fois en France dans le cadre de la filière du vin. « Elle peut se dupliquer sur d'autres produits mais pour l'heure l'objectif de l'université est de la développer pour le vin », glisse Francky Trichet. Le système sera notamment présenté au Salon des vins de Loire, du 1^{er} au 3 février, à Angers.



« Il suffit de flasher le code-barres avec son portable et apparaît alors sur le téléphone des informations concernant le vin sélectionné. »

Contactez-nous :
Presse-Océan
12 rue Santeuil
44000 Nantes
tél 02 40 44 24 00
nate.localnantes@presse-ocan.com



Article Hebdo Sèvre et Maine – 30/12/09

Pays de Sèvre et Maine

Viticulture

Dans le muscadet, les bouteilles parlent

Bien qu'ancestral, le métier de vigneron peut s'adapter aux nouvelles technologies. La preuve avec la toute dernière invention de l'universitaire nantais, Jacky Trichet. Il a créé un "flashcode" à étiq- ueter sur les bouteilles, lisible par les derniers téléphones mobiles. Ce code-barres permet d'avoir des renseignements en direct sur le viticulteur producteur. Rémi Bonnet-Huteau à la "Chapelle-Heulin et Vincent Caillé à Monnières ont testé le procédé révolutionnaire, baptisé "Tag de vin".

Certes, le procédé était né en même temps que les téléphones mobiles de 3^e génération (Blackberry, Iphone...). Dans certains lieux touristiques, les flashcodes commencent à se multiplier. Ces codes-barres permettent aux visiteurs d'en savoir plus sur l'histoire, l'économie ou la géographie d'un site. Un simple passage de l'écran devant ce pictogramme incompréhensible et le smartphone délivre les informations sous forme de commentaires vidéos et animés. Récemment, Jacques Attali a sorti son dernier roman truffé de flashcodes,

comme autant de renvoi à des annexes de fin de livre.

Assoiffé d'en connaître davantage sur certains produits, Franckie Trichet a eu l'idée de transposer le procédé sur des bouteilles de vin. "L'idée a germé en juin dernier, avance l'enseignant-chercheur en informatique. Elle s'est concrétisée à la rentrée. L'objectif : à partir du code-barres, en apprendre beaucoup plus sur un vin que nulle part ailleurs, en instantané".

Viticulteur à la trace

Pour lancer l'expérience, il lui fallait quelques cobayes. L'adepte des produits bio a donc contacté quelques-uns

des rares vigneron convertis à l'agriculture biologique. Jacques Carroget (Anetz), Jean-Jacques et Rémi Bonnet-Huteau (La Chapelle-Heulin) et Vincent Caillé (Monnières) sont devenus les partenaires de cette initiative unique. "Une bouteille à toujours des choses à dire. Un vin, toujours des choses à raconter", résume le vigneron heulinois. "On n'achète pas toujours son vin directement chez le producteur, ni chez un caviste qui connaît bien ses produits. Et puis, parfois, on oublie l'histoire racontée. C'est pour-quoi, ce système permettra d'avoir des informations dès qu'on le souhaite." A condition d'avoir le matériel adéquat. "C'est vrai qu'il faut sui-

vre. Moi, je m'en suis doté à Noël", sourit-il. Il pourra noter que son cru des Gautronnières, l'une de ses six cuvées, est rigoureusement détaillé : où poussent les raisins, comment le travail des vignes à la main est réalisé, comment le vin est vinifié, comment il est dégusté. "On l'a déjà testé avec un client. En cinq secondes, ça a marché!"

Un énorme potentiel

Franckie Trichet s'est épaulé de deux groupes d'étudiants : un duo doué en informatique chargé d'enrichir la plateforme hébergeant les données de chaque viticulteur (vidéo, photos, informations...) et de veiller au bon fonctionnement du système; et un quatuor du centre international des langues chargé de traduire le tout en plusieurs langues (chinois, russes et anglais).

"Pour moi, c'est un service du futur, notamment sur les biens de consommations où rien n'existe encore", indique le Nantais de 39 ans. "Si au Japon, la population est équipée à 90% de smartphone, en France, on vise les 45% fin 2010 (on est à 18% mais avec une croissance de 143 points sur le dernier trimestre)".

Et quelles informations pour le consommateur ? "Sur les plates-formes, on retrouve des vidéos montées par nos



Jacques Carroget (2e gauche), Rémi-Bonnet et Vincent Caillé (2e à droite) entourent Franckie Trichet lors de l'inauguration de cette invention, le 18 décembre, à l'université de Nantes.

soins, des commentaires sonores, et des fiches techniques. Tout ce que le consommateur souhaite. A l'inverse pour le vigneron, outre une meilleure transparence sur son domaine, il peut également s'en servir comme outil statistique : puisqu'on peut savoir de quelle région, on a consulté la plate-forme, quand et combien de personnes l'ont fait. Autant d'indicateurs précis".

Le flashcode pourrait faire partie de la contre-étiquette. Forcément Franckie Trichet s'est entouré de quelques protections pour son invention. "On a une société (Capacités

à l'université qui veille à ce que le système reste entre de bonnes mains", confie le chercheur. Facile également d'imaginer que le projet se décline en d'autres tags. L'universitaire s'y emploie. Pour l'instant, il n'en est qu'à la création du site (www.tagdevin.com) et à répondre aux premières sollicitations des vigneron du Val de Loire. En attendant, le salon des Vins du val de Loire, début février, où le procédé sera l'une des vedettes. Le début d'une longue histoire qui ne fait pas parler que les bouteilles.

• Site Internet : www.tagdevin.com



Le flashcode pourrait être collé sur la contre-étiquette.

Article Ouest-France – 30/12/09

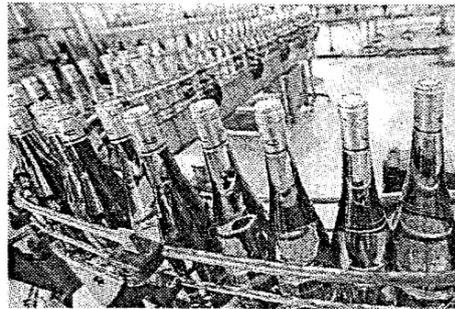
Des universitaires font parler le vin

L'étiquette de la bouteille permet d'accéder à un site internet d'information. Une première réalisée par des Nantais.

L'innovation

Il suffit de « flasher » l'étiquette de la bouteille de vin avec son Smartphone, son Iphone ou son Blackberry. Grâce à un code-barres « 2D », le consommateur high-tech est alors immédiatement connecté à un site internet mobile qui l'informe sur l'histoire du vin, du vigneron, du domaine et lui livre la fiche technique du millésime. En prime le client est renseigné, dans la langue de son choix, sur les accords du vin avec des mets et peut recevoir les avis d'autres consommateurs ou des vidéos de dégustation.

Cette innovation, baptisée « Tagdevin », est le fruit d'une collaboration entre des étudiants nantais en master, de la faculté des Sciences et techniques, et le Centre international des langues. Une recherche pluridisciplinaire conduite au sein du pôle de



Archives OF.

Le « Tagdevin » des étudiants nantais pourrait s'adapter à beaucoup de produit de la filière agroalimentaire.

compétences TIC de capacités, filiale de l'université.

Les universitaires ont travaillé en étroite collaboration avec trois vigneron bio du pays nantais. Cette application à la filière du vin est une première en France et pourrait connaître de nombreux développements dans le secteur agroalimentaire.



Photo The Washington Post – 03/02/10

The Washington Post TODAY'S NEWSPAPER
Subscribe | PostPoints

et si Noël durait plus longtemps

NEWS POLITICS OPINIONS BUSINESS LOCAL SPORTS ARTS & LIVING GOING OUT GUIDE JOBS CARS REAL ESTATE RENTALS CLASSIFIEDS

SEARCH: go | Search Archives

washingtonpost.com > Photo

Day in photos
Feb. 3, 2010 Lunar New Year preparations, snow in Washington, Empire State Building Run-Up, "don't ask, don't tell" testimony, Haiti relief work, other news and features.

Feb. 2, 2010
Franky Trichet shows TagdeVin, whose users can learn about wine by using a smart phone to scan a bottle's bar code.
Franck Perry-AFP/Getty Images

Related Content:

- More Day in photos galleries
- Washington Post Photo Store
- More Photos and Videos

View Thumbs Credits Autoplay Previous Next 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34

Article et vidéo France 3 Centre – 03/02/10



C'EST LE MOMENT DE CHANGER POUR DARTYBOX

RÉGIONS PROGRAMMES ANIMATEURS LUDO INFO SPORT CULTURE VIDÉOS BLOGS F

INFO CENTRE

PARIS ILE-DE-FRANCE CENTRE

VITICULTURE
03/02/2010 | 15:30
par Christine Launay

Soyez le premier à commenter cet article

Réagir Imprimer Envoyer à un ami AA

Les nouvelles technologies au service du vin



Tag de vin - Salon des vins de Loire -Angers - Février 2010 © France 3

Le Tag de Vin est un nouveau procédé qui permet via un code-barre d'accéder aux informations sur un domaine viticole.

Face à la concurrence, les vignerons doivent redoubler d'ingéniosité pour se faire connaître. Trois viticulteurs bio de Loire-Atlantique ont accepté de se lancer dans l'aventure du Tag de vin.

Elaboré par un universitaire nantais, le dispositif consiste à coller sur la bouteille un QR-Code (code barre) qui, après avoir été scanné par un smart-phone, donne accès à des informations sur l'exploitation viticole.



pseudo:
mot de passe:

» Devenir membre web/mobile
» Mot de passe perdu ?

Services experts

- météo locale
- énergie / azote
- grandes cultures
- élevage
- porcs
- vins

RECHERCHEZ SUR LE SITE

- **L'information agricole**
 - Le fil de l'actualité
 - Infos locales
 - Grandes Cultures
 - Viticulture/Œnologie
 - Fruits & Légumes
 - Élevage
 - Machinisme
- Gestion de l'entreprise
- Services
- Petites annonces
- Base documentaire
- Banque / Assurance
- Forums
- Pages perso

LETTRE D'INFO HEBDO
Mail:
S'inscrire / Modifier / Se désabonner

Pleinchamp sur mobile
comment se connecter ?
Saisissez votre N° et recevez un SMS gratuitement avec le lien vers le site

AIDE TÉLÉPHONIQUE
N° Indigo 0 820 017 482
(0,12 euros TTC/min)

L'information agricole

RSS

» Salon des Vins de Loire

Des vigneron bousculent la tradition pour mieux s'exporter

(AFP - 03/02/10)

Bouchon à vis, code-barres 2D lisible sur smartphone ou bouteille incassable en plastique : les vins de Loire parient sur l'innovation pour conserver leurs marchés à l'export dans un contexte de forte concurrence.

Le but étant, comme l'expliquent les producteurs de Sancerre, Muscadet et autres Menetou-Salon rencontrés au 24ème Salon des vins de Loire à Angers, de compenser le manque à gagner généré par la crise et la perte de marchés après plusieurs mauvaises récoltes.

■ La capsule à vis de plus en plus utilisée

Après de longues réticences, la capsule à vis, remplaçant le liège traditionnel et son avatar synthétique, fait une importante percée. Sertie sur le goulot et pourvue d'un joint, cette capsule en aluminium est gage de « meilleure qualité et de sécurité alimentaire », assure Philippe Chavet, producteur de Menetou-Salon. « Le vin reste plus jeune, plus frais », renchérit Patricia Luneau, viticultrice dans le Cher. Envoles les problèmes de « vin bouchonné » ou de tire-bouchon, soulignent les vigneron convertis.

« En 2003, 300 millions de bouteilles 75 cl étaient équipées dans le monde. En 2009, on est passé à 3 milliards, sur les 17 à 18 milliards de bouteilles en circulation », note Karine Herrewin, responsable marketing du français Stelvin, le numéro un mondial de la capsule à vis. Même le George V à Paris n'hésite plus à proposer des vins à capuchon vissé, assure-t-elle.

Les viticulteurs du « Nouveau Monde » furent précurseurs : la Nouvelle-Zélande encapsule sous vis 95% de sa production, l'Australie 80%, selon Stelvin. « Ce qui importe à ces gens-là, c'est ce qu'il y a dans la bouteille. Ils ne s'intéressent pas au folklore autour », explique le journaliste anglais David Cobbold, spécialiste viticole. « Pour l'export, la capsule alu, c'est porteur », note Stéphane Sérol, producteur de côte roannaise qui a « vissé » 5.000 de ses 150.000 bouteilles en 2009 pour des clients belges et britanniques.

■ Dernières innovations : la bouteille en polyéthylène téréphtalate (PET) et les « tags » codes barres 2D

Là, la démarche « est avant tout environnementale », explique Frédéric Jacquet, chef de cave du Domaine Joseph Mellot à Sancerre (Cher). « On a senti que les marchés canadien et nordiques voulaient s'affranchir du verre » : le flacon de 75 cl pèse 600 g en verre contre 50 g en PET, un camion contient 17.000 en verre, 30.000 en PET, « en terme de bilan carbone, on y gagne ! », souligne l'œnologue. « Et c'est vraiment incassable ! », dit-il en lâchant sans dommage une bouteille pleine sur le sol du hall d'exposition.

« On n'en est qu'aux prémices », tempère Marc Varin, directeur commercial du fabricant d'emballages CVP qui a produit l'an dernier plus de 2 millions de bouteilles en PET et projette d'en produire au moins 8 millions en 2010. Autre nouveauté, plus expérimentale, les « tags », ces codes barres 2D lisibles par iphone, blackberry et autres smartphones. Francky Trichet, chercheur informaticien à l'université de Nantes, a persuadé trois viticulteurs d'en apposer sur leurs bouteilles, pour relier l'acheteur à un site web mobile où le vigneron explique, photos et vidéos à l'appui, ce qu'il y a dans la bouteille, comment le vin est produit, etc. L'application (www.tagdevin.com) est disponible en huit langues. « Les importateurs anglais, japonais, russes se montrent intéressés, c'est une bonne manière de rapprocher le vigneron du consommateur », se félicite Vincent Caillé, producteur de muscadet qui s'est lancé dans l'aventure.

B. BOUCHOT d'après AFP

Retour

Imprimer

Copyright Pleinchamp.com 2001-2010 tous droits réservés - Mentions légales

RSS

Tracteur - Météo gratuite - Agriculture - Information agricole - Machinisme - Culture blé - Emploi agricole - Prédiction météo - Céréale - Prix terre agricole



Article Bolsa (quotidien portugais) – 04/02/10

DN BOLSA

INÍCIO	DESPORTO	CARTAZ	BOLSA	GENTE	ESPECIAIS	GALERIAS	ARQUIVO
Cotações Emprego							
Portugal	Globo	Economia	Ciência	Artes	TV & Media	Opinião	Pessoas

Para usar sem moderação

Hoje



Vinhos Acabaram-se as hesitações à frente de uma prateleira de vinhos no supermercado sem saber como bem escolher. Uma empresa de Nantes (França) desenvolveu uma aplicação para smartphone que permite ler as características dos vinhos através do código de barras nas garrafas. Basta apontar o smartphone ao código de barras e o sistema Tagdevin liga imediatamente a um web site móvel onde se pode consultar, em vários idiomas, todas as informações sobre o produto e o vinicultor e, mesmo, a avaliação já feita por outros consumidores.

Jornal Do Comércio (quotidien brésilien) – 04/02/10

O Jornal de economia e negócios do RS desde 1933



Jornal do Comércio

Porto Alegre, quinta-feira, 04 de fevereiro de 2010 atualizado às 08h42

Imprensa

RSS

[Início](#) | [Economia](#) | [Internacional](#) | [Política](#) | [Geral](#) | [Esporte](#) |

[Vá aos resultados da Lotomania, Quina e Mega-Sena](#)


Galeria de fotos



Smartphone lê informações sobre características de vinhos

Foi apresentado, nesta quarta-feira (3), em uma feira de vinhos, em Angers, na França, um dispositivo do Smartphone que lê as características das bebidas através do código de barras. O sistema é chamado de TagdeVin. A novidade é uma estratégia para aumentar as exportações da região.

L'abus de tag n'est pas dangereux pour la santé
A consommer sans modération

Article *Nouvel Obs* sur l'essor des smartphones – 01/02/10

Vidéos | BibliObs | Obstyles | Cinéma | Télévision | Immobilier | Automobile | Challenges

Obs nouvel **Médias** en temps réel **.com**

Rechercher
Mots-clés

30€ offerts à l'ouverture d'un compte bancaire*
* Voir conditions.

Actualités | Spécial Haïti | Dossiers | Vidéos | Blogs | Forums | Débats | Pratique | Télé | High Tech | Voyage | Mode | Immo | Rencontres | Annonces

LES DEPECHEES

mobile contrariée par l'IPad d'Apple [REUTERS 20h57]

- Sun : Jonathan Schwartz démissionne de son poste de P-DG [ZDNET 18h02]

- Les Netbooks bientôt

Toutes les dépêches

L'ESSENTIEL MÉDIAS

GROUPE DE PRESSE

Pour le Syndicat du Livre, Bolloré affaiblit *Le Monde* 04.02 à 15h48

LA REVUE DE PRESSE RADIO/TV

Les perles de Jean-Pierre Bernart 04.02 à 12h27

TELERÉALITÉ

La Ferme célébrités accusée de poncifs acistes 04.02 à 11h04

Annonces Google

Smartphone -50%?

Comparez les offres du Web et Économisez jusqu'à 50%
Smartphone.comimboof.fr

Actualités *Nouvel Obs* - Toutes les dépêches - Médias

MÉDIAS

Le marché des smartphones devrait exploser en 2010

REUTERS | 01.02.2010 | 09:17

HELSINKI (Reuters) - L'explosion de la demande pour de nouveaux combinés multimédias moins onéreux va doper le marché du 'smartphone' et la concurrence devrait se faire de plus en plus féroce en 2010 avec l'entrée en jeu de nouveaux acteurs.



Les coréens Samsung et LG, peu actifs jusqu'à présent sur ce segment, devraient accroître leur offre alors qu'Huawei et Dell s'approprient à assaillir leur présence.

"Le marché des smartphones va devenir de plus en plus compétitif en 2010", juge l'analyste de Strategy Analytics Neil Mawston.

"La guerre des smartphones est une bonne nouvelle pour les consommateurs mais elle exercera une pression baissière sur les marges des vendeurs", prévient-il.

HTC, numéro quatre mondial du secteur, a déclaré la semaine dernière qu'il serait l'un des premiers à souffrir du durcissement de la concurrence, prévoyant un déclin de sa marge brut de bénéfice au premier trimestre 2010.

Selon Strategy Analytics, le marché des smartphones a progressé de 30% d'un an sur l'autre en décembre pour à 53 millions d'appareils, un chiffre historique.

Le finlandais Nokia, qui continue de vendre davantage de smartphones que ses deux principaux rivaux réunis, RIM, qui fabrique le Blackberry, et Apple, a livré 20,8 millions de modèles au dernier trimestre, soit une hausse de 38% par rapport à la même période un an auparavant.

Soutenu par les ventes de ses appareils à clavier E71 et E72, Nokia a vu ses ventes et ses bénéfices exploser au quatrième trimestre 2009, dépassant largement les attentes des marchés.

Tarmo Virki, version française Nicolas Delame

OFFRE DÉCOUVERTE

13 numéros du **Observateur**

Abonnez-vous !

15€

DOSSIERS LES PLUS LUS

1. Régionales 2010
2. Séisme en Haïti
3. Contre débat sur l'identité nationale