

Wine Services Le vin à la trace

Nathalie VALLEZ

BORDEAUX • Lancée en 2011, et rachetée en 2022 par Caroline Meesemaeker, [Wine Services](#) permet de collecter des données qui aident les propriétés viticoles à mesurer leur notoriété sur les marchés. Depuis deux ans, l'entreprise est entrée dans une grande phase d'innovation pour proposer les données les plus pertinentes à ses clients.



L'équipe de [Wine Services](#) compte 19 personnes installées quai de Bacalan.

Depuis sa création à Bordeaux en 2011, [Wine Services](#), référence en intelligence de marché pour les vins, champagnes et désormais spiritueux, s'est bien développée grâce à l'innovation. Son évolution commerciale s'est accompagnée du développement de nouvelles plateformes clients, en juin 2019 pour les vignobles bordelais et en janvier 2020 pour le hors Bordeaux. « Il y a deux plateformes car ce n'est pas la même façon d'agrèger les données », explique Caroline Meesemaeker, PDG de l'entreprise. C'est tout d'abord dans la collecte et l'analyse des cartes que l'entreprise a amélioré ses process. Après l'identification des points de vente (avec validation d'un contact local),

elle doit collecter les cartes : « Du plus fastidieux, commente-t-elle, au plus simple quand elles sont en ligne, mais c'est très variable aux États-Unis. Il y en a 60 %, en Chine 15 % et en France 25% ». Depuis 2023, [Wine Services](#) a mis en place un système qui permet, sur les marchés qui ont plus de 50 % de cartes digitales, de les analyser en temps réel. Une avancée technologique importante pour la société.

POINTS DE VENTE ET ANALYSES DE PRIX



Caroline Meesemaeker a racheté [Wine Services](#) en 2022. Depuis l'entreprise est entrée dans une phase d'innovation technologique.

Les services proposés par [Wine Services](#) permettent aux propriétés l'accès à ses points de vente (actifs et en prospection), mais aussi aux analyses de prix. Chaque propriété reçoit un mail quotidien automatisé de veille médiatique (française ou internationale), ainsi que les notes et commentaires de dégustation. En 2023, [Wine Services](#) a lancé un outil qui compile les statistiques des négociants. « Ce service existait entre les châteaux et les négociants mais il n'y avait pas de structure

juridique et de protection de données. Ces données n'étaient pas traitées donc sans valeur ajoutée », souligne-t-elle.

Après un essai fructueux avec plusieurs châteaux et négociants, audité par Bordeaux Négoces, ils ont corédigé un contrat juridique pour protéger la propriété intellectuelle du négociant et assurer que les données ne seraient pas utilisées autrement que pour les châteaux. Séparées des autres bases de données et traitées seulement par le directeur technique, ces données cryptées avant d'être enregistrées sont certifiées par Véritas « label data intégrité ». La standardisation des données permet désormais une restitution aux propriétés et aux négociants, avec les parts de marché par pays, les clients exclusifs. « L'an dernier nous avons généré 1 540 restitutions personnalisées ».

SAISIE GRÂCE À L'IA

Depuis février 2024, [Wine Services](#) a intégré la saisie technologique qui remplace la saisie manuelle grâce à l'IA qui transforme le texte. « On a augmenté le volume de cartes, indique Caroline Meesemaeker, si on compare à 2022, on saisissait 30 % de la carte, aujourd'hui 100 %. De la même manière, on saisissait 2 millions de données, aujourd'hui 15 millions de saisies, on gère 22 marchés, aujourd'hui on en gère 35 ».

Ces innovations opérationnelles leur permettent de répondre à de nouveaux défis : un pilote pour Pernod Ricard sur le marché asiatique s'est très bien passé et a assuré un nouveau contrat. Wine

Services étend son expertise désormais aux spiritueux : « On est en discussion avec d'autres marques », se réjouit Caroline Meesemaeker.

EN CHIFFRES

Chiffre d'affaires : non communiqué, 1, 4 million en 2019
19 salariés (dont 4 développeurs et 5 collecteurs de données) + 8 personnes à Madagascar pour la formalisation des données **250** clients (dont 80 bordelais) sur 4 grandes zones Bordeaux, Champagne, Italie et Californie **10 000** restaurants dans le monde **35** marchés qui font en moyenne 20 millions d'habitants et 500 points de vente **90** villes **25** pays

CAROLINE

MEESEMAECKER : LE CHOIX DE L'INNOVATION

C'est une globe-trotteuse qui n'est pas venue au monde du vin par hasard. Après une double formation scientifique et commerciale, Caroline Meesemaeker a commencé par travailler dans l'industrie pharmaceutique, au Mexique, puis en Amérique latine et au Moyen-Orient, enfin pour un laboratoire japonais. En 2011, après un premier bébé, le couple décide de s'installer dans le Bordelais. À son arrivée, elle ne trouve pas sa place dans le domaine de la santé et se tourne naturellement vers le monde du vin. Elle suit un MBA de l'Insec, et contacte Clément Marcorelles, fondateur de [Wine Services](#) en 2011. En 2013, Caroline Meesemaeker intègre la société pour s'occuper du développement commercial : « Il y avait seulement

10 clients, se remémore-t-elle, c'était un pari ». Elle négocie ensuite un rachat de parts, en détient 49 % en 2018, devenant ainsi directrice générale et commerciale de l'entreprise. En mars 2022, après six mois de travail avec un comité externe, piloté avec Cécile Bonnefond ex-PDG monde de Veuve Clicquot, pour définir la trajectoire de [Wine Services](#) à 5 ans, elle rachète finalement la société. « La croissance a permis l'innovation. On a réussi à faire les deux », assure-t-elle. ■

