

La startup Cuvée Privée lève des fonds pour créer du lien entre viticulteurs et consommateurs

MADDYCROWD - Adopter des vignes et recevoir chaque trimestre une cuvée personnalisée pour acculturer à l'univers viticole et digitaliser les domaines, c'est la proposition de la winetech Cuvée Privée. Pour y parvenir, elle lance une campagne de financement participatif sur Sowefund.

Temps de lecture : minute

21 mai 2024

Étudiantes en dernière année à HEC, Aurélie Bucco, Morgane Suquet et Marie Forget intègrent Grand Cru, le Club d'oenologie de l'école de commerce, dédié à la découverte et à l'appréciation du vin. Une expérience enrichissante qui leur permet de déguster des vins du monde entier et d'éduquer leurs papilles, mais aussi et surtout de se nourrir de l'expertise de vignerons passionnés par leur métier. « *Cette expérience nous a permis de réaliser que nous dégustions le vin différemment dès lors que nous avons la chance de rencontrer le viticulteur qui en était à l'origine* », explique Aurélie Bucco, CEO de [la startup](#) Cuvée Privée.

Chaque jour davantage passionnées par l'univers viticole et animées par la conviction qu'il existe une manière différente de savourer le vin, les trois jeunes femmes, parmi lesquelles Marie, elle-même issue d'une famille de vignerons en Champagne, décident en juin 2018, diplôme HEC en poche, de fonder Cuvée Privée. Une winetech qui ambitionne de créer le lien entre le viticulteur et le consommateur.

Devenir “parrain” ou “marraine” d’une parcelle viticole

Pour atteindre cet objectif, Cuvée Privée propose une approche novatrice : l'adoption de pied de vignes. Que l'on soit un amateur de vin passionné ou un novice curieux désireux d'explorer de nouvelles saveurs, chacun peut, sur le site de Cuvée Privée, sélectionner une parcelle parmi une variété de domaines viticoles d'exception en France et devenir ainsi son "parrain" ou sa "marraine".

En échange, on reçoit chaque trimestre un coffret de bouteilles de la cuvée provenant de sa parcelle. Mais l'abonnement proposé permet aussi au nouveau parrain de la parcelle de visiter le domaine auquel elle est rattachée. Cette visite lui offre l'opportunité d'en apprendre davantage sur l'histoire de la vigne et les différentes étapes de la vinification, de rester régulièrement informé des actualités du domaine et de personnaliser ses bouteilles. Il peut même être invité aux événements organisés par Cuvée Privée dans son flagship parisien. « *20 % des clients de Cuvée Privée participent aux visites des domaines viticoles* », assure Aurélie Bucco.

Côté viticulteurs, les bénéfices tirés par l’adhésion - totalement gratuite - à Cuvée Privée sont tout aussi nombreux. « *En plus de digitaliser leur activité et de leur garantir de nouveaux clients, Cuvée Privée offre aux domaines désireux de devenir partenaire, un rayonnement à plus grande échelle avec des publications dédiées sur notre site, sur nos différents réseaux, mais aussi dans la presse. Plus encore, notre plateforme leur offre des projections économiques puisque le nombre de parcelles adoptées sur le domaine donne lieu à la commercialisation d’un certain volume de bouteilles sur les 24 mois à venir. Enfin, si les vigneron exportent et entretiennent des liens avec les hôteliers ou les restaurateurs, ils ne développent pas véritablement de contact avec le*

consommateur final. Cuvée Privée leur permet d'entretenir ce lien particulier », précise Aurélie Bucco.

Une campagne de financement participatif en cours

Depuis 2018, 35 producteurs ont rejoint l'aventure de Cuvée Privée, et plus de 50.000 pieds de vignes ont été adoptés par des clients qui deviennent ainsi des privilégiés du domaine. *« Attachés à la vigne à l'origine de leur cuvée, les clients développent une relation spéciale avec le domaine et se transforment en de véritables ambassadeurs. Ils en parlent régulièrement autour d'eux »,* affirme Aurélie Bucco.

Après une première levée de fonds en capital suivie d'un prêt, pour un montant total d'1 million d'euros en 2019, et un second tour de table bouclé à l'été 2022 pour un montant de 2,5 millions d'euros, Cuvée Privée lance une campagne de financement participatif sur la plateforme [Sowefund](#) avec un objectif de 600.000 euros.

La communauté de Cuvée Privée et plus largement tous les particuliers ont ainsi quelques semaines pour rejoindre les professionnels de l'investissement déjà actionnaires comme Founders Future (actionnaire de Lydia, 900.care, Yuka...) Kima Ventures (PayFit France, Zenly, Sqreen) Mouvement & Finance (Circul'Egg, Monsieur Marguerite, IZIPIZI) Aonia Ventures (Alan, Green-Got, Ekwater) ou encore Crédit Agricole du Nord Est.

Si les levées de fonds ont permis à la startup d'étoffer et de structurer ses équipes, mais aussi d'intensifier ses campagnes marketing, la [campagne de financement participatif](#) donnera naissance à la toute première cuvée de Cuvée Privée développée en marque propre et en étroite collaboration avec trois domaines viticoles partenaires.

« Nous nourrissons depuis plusieurs années le désir de permettre à nos clients de devenir actionnaires de la société, et ils étaient demandeurs. L'entrée au capital de Cuvée Privée leur donnera accès à un certain nombre d'autres avantages mais aussi à des événements privés. Ils contribueront, par ailleurs, à amorcer l'internationalisation de Cuvée Privée dans des pays européens du bassin méditerranéen », dévoile la CEO.

Pour prendre part au financement participatif de Cuvée Privée, c'est par [ici](#).



À lire aussi
7 startups de la WineTech à découvrir



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Maddyness avec Sowefund