

EPC modernise la légende des fines bulles

Le champagne a longtemps été associé aux grandes Maisons et à la fête. Edouard Roy, cofondateur d'EPC Champagne, ne s'y retrouvait pas. Il décida donc de créer sa propre marque.

Temps de lecture : minute

25 février 2020

Le mot “champagne” évoque assez souvent les maisons viticoles historiques, les flûtes et les fêtes à la *Gatsby le Magnifique*. Edouard Roy, fils et petit-fils de vigneron, n’imagine pas les choses comme cela. Il veut justement dépoussiérer cette tradition du champagne servi uniquement pour les grandes occasions. “*Parce que le champagne ne nous représentait pas assez, on a décidé de le créer*”, déclare le jeune entrepreneur.

Une idée commence à germer dans l’esprit du jeune entrepreneur : créer une marque de champagne chaleureuse et accessible à tous. C’est le début de l’aventure EPC. Pour concrétiser l’idée et passer à l’action ne manquait plus que la rencontre avec Jérôme Queige, ancien directeur commercial de la maison Jacquart, qui produit du champagne depuis 1964. L’histoire est en route.

Les entrepreneurs souhaitent en effet mettre en avant les vignerons partenaires de la marque. Edouard Roy et Jérôme Queige décident donc de leur donner de la visibilité : en scannant les bouteilles de la marque, il est possible de retrouver toutes les informations les concernant. Une manière de valoriser et faire reconnaître leur savoir-faire. La production d’EPC est élaborée par les vignerons et leur maître de cave à partir de raisin blanc ne provenant que d’un seul cépage (le Chardonnay). Cette

façon de travailler permet une meilleure traçabilité de la production.



À lire aussi

Startups viticoles de tous les pays, unissez-vous !

Réinventer la consommation du champagne

En proposant trois cuvées au prix unique de 29,90 euros toute l'année, EPC se veut la nouvelle boisson de toutes les occasions. La marque propose également d'autres accessoires pour la dégustation. Exit la flûte, les entrepreneurs proposent de revenir à la blida, ce petit verre traditionnellement utilisé pour boire du champagne. La marketplace propose également porte-bilda et seaux pour prolonger l'expérience.

De même, les étiquettes de la bouteille deviennent intelligentes grâce à la réalité augmentée. En se rendant sur la page Facebook d'EPC Champagne, il est possible d'utiliser leur application pour scanner leurs

bouteilles. Elles peuvent alors raconter l'histoire de la production du champagne. À l'arrière de la bouteille, la maison EPC a ajouté un petit signet dont la couleur évolue pour indiquer quand la bouteille est à bonne température pour être dégustée. La winetech a le vent en poupe en France et l'ajout de technologies directement sur les bouteilles pourrait aider la marque EPC à se démarquer des maisons traditionnelles.

Article écrit par Gaëlle Doublé