

Un outil du XXIe pour amateurs de grands crus

INGÉNIERIE

Avec son projet baptisé «Mémoire du vin», le bureau FiveCo sort des sentiers battus.

Les ingénieurs du bureau lausannois FiveCo aiment se poser là où justement on ne les attend pas. C'est le cas avec leur dernier-né, un «gestionnaire de cave» qui n'a rien de conventionnel. Par sa genèse, d'abord. Avec un papa bourguignon, Antoine Lorotte, directeur de FiveCo, ne pouvait que se passionner pour le vin. Une approche personnelle qu'il assume dans le livret de présentation de l'objet, dont FiveCo entend vendre une série «exclusive» de vingt pièces numérotées (15 000 francs l'unité).

De la cave paternelle

«Mordant», «marqué», «léger», «charnu»: autant de qualificatifs utilisés par le père d'Antoine Lorotte pour décrire ses vins au garçonnet lui emboitant le pas. «Il possédait 2000 bouteilles et savait exactement ce qu'il avait en cave.» Une mé-



JOANA ABRIL

FiveCo a caché son logiciel dans un meuble habillé de chêne. Un outil pour connaître le millésime d'un vin mais aussi le niveau des stocks.

moire qui l'a marqué. Et à laquelle cette borne, mélange de technologie et de design chic, rend hommage.

L'outil se présente comme un meuble en chêne. Il permet d'enregistrer l'entrée et la sortie de bouteilles, grâce à un anneau de plastique doté d'un transpondeur (sorte d'émetteur uniquement capable d'envoyer un numéro). Le passage de l'anneau à proximité du meuble «réveille» un logiciel de gestion de base de données, qui ouvre le fichier correspon-

dant à la fiole sélectionnée. Intégrant les données de la base suisse Vinfox, le logiciel permet à l'amateur de connaître le millésime, la région, le cépage, et le nombre de bouteilles en stock.

L'approche commerciale elle-même est une entorse à la stratégie de FiveCo. «D'habitude, nous proposons un concept, et nous faisons le développement pour notre clientèle, qui commande un certain nombre de pièces», explique son directeur. C'est tout l'inverse dans ce cas. Le bénéfice tiré

des pièces vendues sera ensuite réinvesti dans la création d'une société, aussi baptisée «Mémoire du vin», qui pourra se consacrer entièrement à la commercialisation de l'objet.

«Coups médiatiques»

En un peu plus de six ans, FiveCo s'est fait connaître à travers environ septante projets qui ont parfois pu donner l'impression de partir dans tous les sens. Finalement, cette polyvalence est devenue un atout-clé de la société. Parti de rien, FiveCo annonce aujourd'hui un chiffre d'affaires annuel qui s'approche de 2 millions. Leur premier «coup» aura été la conception d'un logiciel de reconnaissance des plaques d'immatriculation. Deux autres réalisations ont été très médiatisées. Explorer, fabriqué pour Hublot. Un système permettant une vision à 360° de l'objet exposé, avec une caméra commandée depuis internet. Ainsi que Raptor, le présentoir sans vitrine, au bras rétractable capable d'enfourer l'objet exposé en cas d'intérêt un peu trop marqué.

K. G.