

LES ACCESSOIRES DU VIN JOUENT LA CARTE DU DESIGN !

Pour se distinguer d'une offre entrée de gamme quasiment omniprésente, les marques rivalisent d'ingéniosité pour séduire des amateurs de vin de plus en plus éclairés. Les accessoires œnologiques deviennent moins saisonniers, avec un accent déco plus affirmé.

■ Par/by Sophie Komaroff

Si le marché du vin se contracte sous l'effet de la baisse de la consommation d'alcool (celle de vin rouge a chuté de 32 % entre 2011 et 2021 ; source : Kantar), il ne perd rien de sa dimension liée à l'art de vivre. Les Français boivent moins, mais mieux. Un phénomène qui ne va pas sans impacter le segment des accessoires œnologiques. Dans un marché relativement trusté par les produits d'entrée de gamme commercialisés en grande distribution ou sur le web, les marques jouent depuis quelques années – avec succès – la carte de l'innovation et du design, avec pour effet une catégorie premium qui sort peu à peu de la saisonnalité et de l'offre cadeau pour se glisser progressivement vers la déco.

L'Atelier du Vin s'est repositionné sur le haut de gamme il y a 5 ans « *Actuellement la tendance est à la gadgetisation et la "goodisation" de l'œnologie : l'essentiel du marché en termes de volume tend vers le bas de gamme, sans design propre ni spécificité*, résume Georges Richard, CEO de L'Atelier du Vin. *Les accessoires haut de gamme sont donc un marché de niche. Aujourd'hui nous cherchons à être la meilleure valeur perçue sur le marché : notre code graphique, les matériaux et les couleurs que nous proposons nous placent en effet dans un choix comparatif de cadeau pour l'homme versus une cravate, par exemple.* » La marque qui a ouvert il y a quelques mois une filiale aux Etats-Unis, avec un siège à New York et un stock à Atlanta, surfe la tendance postpandémie

The market for wine has been contracting as a result of reduced alcohol consumption (red wine consumption was down 32% between 2011 and 2021; source: Kantar) – but wine has lost none of its salience in the discourse around good lifestyle. French people are drinking less, but better – a phenomenon that certainly impacts the wine accessories segment. In a marketplace that enjoys relatively high levels of trust through entry-level product ranges that can be found in mass market retail settings and on the internet, marques have – with quite some success – been putting good design and innovation on the menu. As a result, a premium category has emerged that is gradually sloughing off



Disponible depuis avril, le nouveau rafraichisseur extensible pour vin et champagne Frizz de Peugeot Saveurs procure une expérience de dégustation à température idéale. Son design est étudié pour épouser au plus près les formes des bouteilles de 75 cl. Frizz contient un gel rafraichissant qui rafraichit une bouteille en 20 minutes et la conserve fraîche pendant 2 heures. Le plus : une forme ajustée qui facilite le service et un tissu qui évite la condensation. Coloris disponibles : noire et rouge. Garantie : 5 ans. Prix public : 26,90 €. Available since April, Frizz is the new extendable cooling sleeve for wine and champagne from Peugeot Saveurs, delivering a great tasting experience at the right temperatures. The design has been carefully considered to ensure that they are a snug fit for 75cl bottle shapes. Frizz contains a cooling gel that cools a bottle in 20 minutes, keeping it cool for 2 hours. The real plus point is a tailored shape that makes it easy to pour the wine, and a fabric that avoids condensation. Colours available: black and red. Guarantee: 5 years. Price to the public: €26.90.

DESIGNER WINE ACCESSORIES ARE NOW ON THE MENU!

Wine marques are striving to stand out from an almost omnipresent entry-level range offering, with ever more ingenious ways to reach out to wine-lovers who are becoming better-informed all the time. These days, wine accessories are less seasonal and have a more overtly decoration accent to them.



La coutellerie Claude Dozorme travaille actuellement à l'harmonisation des modèles de sa gamme de sommelières. « Nos revendeurs nous ont en effet fait part de l'intérêt des clients pour les sommelières "double crapauds" qui permettent de prendre appui progressivement sur le goulot pour en extraire le bouchon », témoigne Didier Perret, CEO de Claude Dozorme. Les sommelières Clos Laguiole et Haute Cuisine seront donc équipées d'un double crapaud articulé qui a fait le succès du modèle Le Thiers. Ceux-ci seront à découvrir à Maison&Objet et disponibles à la vente dès le début de l'automne. Claude Dozorme dévoilera en outre un sommelier en fin d'année. Équipé d'une mèche conique, d'un double crapaud articulé et d'un coupe capsule microdenté, ce modèle fera la part belle aux bois et à la corne ou encore à la molaire de mammoth. Côté champagne, la coutellerie lancera deux sabres cet automne « dont un modèle résolument nouveau avec un design jamais vu sur le marché », annonce Didier Perret. The knifemaker Claude Dozorme is presently working on harmonising the models within its sommelier corkscrew range. "Our sellers have told us that customers are interested in the double-lever mechanism that makes it possible for users to gradually apply pressure on the bottle neck to remove the cork" says Didier Perret, CEO of Claude Dozorme. The Clos Laguiole and Haute Cuisine corkscrews have an articulated double lever that made the Le Thiers such a success. These can be found at Maison&Objet, and will be on sale from early autumn. Claude Dozorme will also be unveiling a further corkscrew at the end of the year that features a conical screw, an articulated double lever, and a micro-serrated foil cutter that will feature wood, horn and mammoth tooth. For champagne, the cutler will be launching two swords in the autumn "of which one is a staunchly new model, with a design that's never been seen before on the market," announced Didier Perret.



Outre maintenir les bouteilles à la température idéale, ces rafraîchisseurs aux couleurs pastel signés Koala apporteront de la gaieté à la table cet été. Prix public : 19,80 €. As well as maintaining bottles at the ideal temperature, these Koala-branded coolers in pastel colours bring some fizz to the table this summer. Price to the public: €19.80

its seasonality and gift offering elements to slowly but surely shift towards a decoration focus. L'Atelier du Vin repositioned itself to the top end of the market 5 years ago: "At present, the trend is towards considering oenology as something that lends itself well to acquiring gadgets and goods: the core element of the market, as far as volume is concerned, is orientated towards the lower ranges without any specificity or design in its own right, summarises Georges Richard, CEO of L'Atelier du Vin, So high-end accessories are a niche market. We are now aiming to deliver the best perceived value in the market: the colours, materials and house style that we project shift us into the realm of consumers weighing up whether to buy a tie as a gift for a man, for example, or one of our products." A few months ago, the company opened a branch in the USA with a head office in New York and stock in Atlanta as it rides a post-pandemic trend conducive to revisiting wine habits with new ways of appreciating wine and champagne.

The situation is similar for the Spanish marque Koala: they are seeking to benefit from the paradigm shift in the world of wine to cement their relationship with young consumers through the development of new products that respond to a search for new experiences. This has been achieved by joining forces with young influencers in the world of wine such as Lacrima Terrae and Wine Up Comedy.

Design acts as a key to success when it comes to wine accessories: "The decorative aspect becomes more important, notes Annabelle Geffroy, wine product manager at Peugeot Saveurs, Increasingly, wine products are ending up on display on a work surface, always ready to be used. Wine is present in the kitchen, the lounge and the dining room – assuming the wine cellar has not been transformed into a living space!" The effect of successive lockdowns has been to nurture a desire to re-arrange the living space – and wine-lovers have, in turn, added a sense of theatre to the bottle of wine. That phenomenon has likewise been noted by Georges Richard via his brand 'Architecture Intérieure du Vin' that specialises in ad-hoc furniture design.

"The world of wine is a world of passion that revolves around rituals using dedicated instruments, recalls Jean-François Bardaji, commercial director of Pulltex France, Opening the bottle, serving it, tasting it, preserving it – it's a process." The accessories market is dependent on special occasions such as Father's Day and end-of-year festivities, but the premium accessories segment is slowly but surely pulling away from that seasonality. Pulltex, who invented the Pulltap double-lever corkscrew, is servicing that trend by developing an offering designed for the impulse purchase, with prices to the public between €6 and €15.

INNOVATION: THE CHARM FACTOR

Entry-level products of varying qualities are almost everywhere, and so brands are now working to develop ever more ingenious products. Even so, "it is not always a sure-fire win to innovate in a category that's already been comprehensively explored and that is basically encapsulated by the notion of opening, pouring, tasting and preserving, points out Annabelle Geffroy (Peugeot Saveurs), Though the wine accessories market responds very well to new product development - consumers seek out new designs and new functions, and the category is pulled forward by launches in the same way as is the gift set purchase." "The first lever for getting consumers interested in our products is innovation, points out Jean-François Bardaji (Pulltex), When we get to launching exclusive products that present a real benefit then it will go well, provided further messaging is added as soon as there is a technical element," Pulltex is currently working on developing products for cooling, with low-temperature use items: "Climate warming, with summers during which the temperature gets to and even exceeds 35°C in some places, is such that coolers and ice buckets will be essential – including for red wines, continues Jean-François Bardaji, Wines have a higher and higher alcohol content (14°), and the mouthfeel is doughy if they are not kept at the right temperature."

The Cheer Moda brand was founded in 2011 by Blake Song in China on the back of family-based industry expertise. Currently based in France,



Le N°10 tire-bouchon, best-seller de la collection Cuisine nomade d'Opinel, arbore un nouvel accessoire : une tige en acier située en bout de manche pour ouvrir les bouteilles à capsule, qui sert également à accrocher ou suspendre le couteau. L'ustensile est doté d'une mèche professionnelle de 5 spires en acier inoxydable trempé et d'une lame 10 cm intégrés au manche. The N°10 corkscrew is a bestseller in the Cuisine nomade collection from Opinel, and it now sports a new accessory: a steel rod at the end of the handle to open screwcap bottles that can also be used to hook or hang the knife. The device has a 5-spiral professional-level screw made of tempered stainless steel, and a 10cm blade integrated into the handle.

qui invite à revisiter les codes avec de nouvelles manières d'apprécier le vin et le champagne.

C'est également le cas de la marque espagnole Koala qui met pour sa part à profit ce changement de paradigme dans l'univers œnologique pour renforcer ses relations avec les jeunes consommateurs avec le développement de nouveaux produits répondant à leur quête d'expériences, en s'associant à de jeunes influenceurs du monde du vin tels que Lacrima Terrae ou Wine Up Comedy.

Le design fait en effet office de clé de succès en matière d'accessoires œnologiques. « La dimension déco gagne en importance, constate pour sa part Annabelle Geffroy, chef de produit saveurs de vin chez Peugeot Saveurs. De plus en plus de produits du vin sont destinés à être exposés sur un plan de travail, et toujours prêts à servir. Le vin est lui-même présent dans la cuisine, le salon ou la salle à manger lorsque ce n'est pas la cave qui se transforme en pièce à vivre ! » Car sous l'effet des confinements successifs, l'envie d'aménager chez soi a conduit les passionnés d'œnologie à théâtraliser la bouteille de vin. Un phénomène qu'a également constaté Georges Richard avec sa marque Architecture Intérieure du Vin spécialisée dans la conception du mobilier ad hoc.



Les housses en laine de mouton Kywie procurent un environnement isotherme pour maintenir les bouteilles à température telle qu'à la sortie du réfrigérateur ou de la cave : sans glaçon, écologique, elles garantissent la fraîcheur pendant 4 heures. Ici, la housse à champagne motif Giraffe. Prix public : 89 €. The Kywie sheepskin covers deliver an isothermal environment that keeps bottles at the temperature at which they come out of the refrigerator or cellar – ice-free and environmentally friendly, they guarantee a low temperature for 4 hours. Shown here is the Giraffe motif champagne cover. Price to the public: €89.



Connoisseur, le système de service et de préservation de vin conçu par la marque Cheer Moda, est protégé par 6 brevets. L'appareil se compose d'une base de présentation, d'un dispositif pour le service et la préservation du vin par argon, de 4 bouchons spécifiques et de 2 capsules de d'argon. La manipulation de la bouteille est réduite au maximum. Il suffit d'ouvrir son vin avec un tire-bouchon et de remplacer le bouchon original par un des bouchons Connoisseur qui scelle la bouteille tout en permettant le service. Lors du service, l'espace laissé libre par le vin est remplacé par de l'argon, un gaz inerte empêche l'oxydation du vin et permet de le conserver jusqu'à 6 mois. Connoisseur, the wine preservation and serving system from Cheer Moda, is protected by 6 patents. The device comprises a presentation stand, a device to serve and preserve wine using argon, 4 special stoppers, and 2 argon capsules. The need to handle the bottle is reduced as far as possible – you just open the bottle using the corkscrew, and replace the original stopper with a Connoisseur stopper that seals the bottle in such a way that you can still pour the wine. When poured, the space freed up by the wine leaving the bottle is replaced with argon, an inert gas that prevents oxidation of the wine meaning that it can be preserved for up to 6 months.

she draws a lot on exclusivity and R&D in her products that have been created since the start of a partnership with the French studio Phi Design – and has now established herself alongside European wine enthusiasts. One product is the Ace, an electric champagne corkscrew remover that opens the bottle securely using a patented 'plug' zone



Silhouette sculpturale et motif linéaire fascinant pour la carafe Vini en cristal sans plomb de Nude. Prix public : 75 € (1,75 l). *An enchanting linear motif and sculptural profile for the lead-free crystal Vini carafe from Nude. Price to the public: €75 (1.75l).*



Nouveau coffret cadeau sommelier Oeno Motion gold - Nomad chez L'Atelier du Vin. La trousse renferme l'emblématique tire-bouchon de la marque décliné en version ambre dorée, et doté d'une poignée en cuir naturel noir et d'un protège-mèche en cuir également. Prix public : 400 €. *New Oeno Motion gold - Nomad corkscrew gift set from L'Atelier du Vin. The case holds the marque's iconic corkscrew in golden amber that has a natural black leather handle, and a corkscrew protector also in leather. Price to the public: €400.*

« L'univers du vin est un monde de passion qui s'organise en rituel avec des instruments dédiés, rappelle en effet Jean-François Bardaji, directeur commercial de Pulltex France. Ouvrir, servir, déguster, conserver : c'est un cheminement. » Si le marché des accessoires reste dépendant des moments que sont la fête des Pères et la période de fin d'année, le segment des accessoires premium sort donc petit à petit de cette saisonnalité. Pour accompagner cette tendance, Pulltex, par ailleurs inventeur du tire-bouchon à double levier Pulltap's, a développé à cet effet une offre destinée à l'achat d'impulsion, avec des prix publics compris entre 6 € et 15 €.

L'INNOVATION, L'ATOUT SÉDUCTION

La quasi-omniprésence des produits d'entrée de gamme de qualité aléatoire incite en outre les marques à développer des produits toujours plus ingénieux. Pourtant, « il n'est pas toujours évident d'innover dans une catégorie déjà largement explorée et qui se résume à ouvrir, servir, déguster et conserver, fait valoir Annabelle Geffroy (Peugeot Saveurs). Mais le marché des accessoires du vin répond très bien à la nouveauté : les consommateurs recherchent de nouveaux designs et fonctions, et



Kit avec pompe de mise sous vide rechargeable électrique Lacor. Il suffit de fermer la bouteille avec le bouchon et d'appuyer sur le bouton pour extraire l'air en quelques secondes. (100% hermétique). Livré avec 2 bouchons avec indicateur de date et une base de chargeur électrique (jusqu'à 60 cycles de vie à chaque charge). Prix public 52 €. *Lacor rechargeable electric vacuum pump kit - just seal the bottle using the stopper and press the button to extract the air in a few seconds (100% hermetically sealed). Comes with 2 stoppers with date indicator and electric charging base (up to 60 life cycles each charge). Price to the public: €52.*

la catégorie est ainsi tirée par les lancements au même titre que l'achat de coffret cadeau. »

« Le premier levier pour intéresser les consommateurs à nos produits est l'innovation », renchérit Jean-François Bardaji (Pulltex). Quand nous parvenons à lancer des produits exclusifs qui présentent un réel apport, cela fonctionne, à condition d'y ajouter de la communication dès lors qu'il y a de la technicité. » Pulltex fait actuellement des produits rafraîchissants un axe de développement et met l'accent sur ses gammes dédiées au froid : « En raison du réchauffement climatique, avec des étés où la température atteint voire dépasse 35°C dans certaines régions, les refroidisseurs et les seaux deviennent nécessaires y compris pour les vins rouges, poursuit Jean-François Bardaji. Les vins sont de plus en plus alcoolisés (14°) et s'ils ne sont pas maintenus à la bonne température, l'effet en bouche est pâteux. » La marque Cheer Moda a été fondée en 2011 par Blake Song en Chine et sur un savoir-faire industriel familial. Elle s'implante actuellement en France, et mise

Refroidisseur à vin Cooler Pot chez Pulltex. Il contient un manchon réfrigérant amovible à conserver au congélateur pour être prêt à l'emploi et procurer une dégustation à température adaptée. Prix public : environ 25 €. Cooler Pot wine cooler from Pulltex, containing a removable cooling sleeve that is kept in the freezer so that it is ready to use, delivering a taste experience at the right temperature. Price to the public: around €25.



that absorbs the extraction impact. The device comes with the Bubble stopper that can be used to preserve bottles of beer and champagne for up to 7 days after opening. Cheer Moda is planning to distribute its products through specialist cookware and tableware networks, rolling out its products via the Perfect 7 concept that meets "Every wine-lover's need: temperature, opening, aeration, service, tasting, preservation, conservation" lists

Astrid Rousselin, co-founder of the French branch of Cheer Moda.

Clearly, there is a market for electric devices among consumers looking for tools to make life easier and/or to delight guests and other early adopters, but it is, of course, vital that the needs of the purist-enthusiast – for whom opening a bottle using an electric tool is unthinkable – are met too. That is not incompatible with innovation, notes Annabelle Geffroy (Peugeot Saveurs): "New finishes, exclusive editions, and the rejuvenation of corkscrews that have been seen and seen again – these are also ways of setting your offering apart from entry-level products." After all, there is no denying that innovation is about the detail too! ●

CORAVIN LANCE UN SYSTÈME D'ÉCHANTILLONNAGE INDIVIDUEL

L'entreprise américaine Coravin a dévoilé en mai dernier Vinitas, un dispositif conçu pour aider les professionnels à faire déguster leurs vins auprès d'un public plus large, en répondant aux besoins des jeunes consommateurs de "goûter avant d'acheter". Pensé pour les domaines vinicoles, les distributeurs, les détaillants et les écoles de formation en vin, le système Vinitas permet en effet de transvaser le vin dans un contenant plus petit susceptible d'être conservé jusqu'à 12 mois. « Jusqu'à présent, il n'existait pas de système automatisé évolutif permettant de créer des contenants individuels et de maintenir la qualité du vin pendant plusieurs mois, commente Greg Lambrecht, fondateur de Coravin. Avec Coravin Vinitas, les professionnels du vin peuvent échantillonner et fractionner n'importe quelle bouteille, à tout moment, sur place, ce qui garantit une dégustation de la plus haute qualité pour les entreprises et les consommateurs, sans qu'il soit nécessaire d'expédier inutilement des bouteilles de taille normale quand seulement une petite quantité de vin est testée. »



CORAVIN LAUNCHES AN INDIVIDUAL SAMPLING BOTTLE SYSTEM

In May, the American company Coravin launched Vinitas: a device designed for wine professionals interested in getting a wider audience to enjoy their wines, responding to needs among young consumers to try before you buy. The Vinitas system is designed for wine estates, distributors, retailers and wine training schools, and makes it possible to extract the wine into a smaller container that can be kept for up to 12 months. "Until now, there was no automated scalable system for creating personal-use containers and maintaining the quality of the wine for several months, says Coravin founder Greg Lambrecht, With Coravin Vinitas, wine professionals can sample and divide up any bottle any time anywhere, guaranteeing the highest quality taste experience for consumers and businesses without having to bring out a normal-size bottle for no good reason, when only a small quantity of the wine is going to be tried."



Les aérateurs connectés de vin Aveine et Aveine Essentiel fonctionnent avec une application qui répertorie plus de 100 000 vins et détermine puis règle automatiquement l'appareil pour une dégustation optimale du vin sélectionné. Prix public : 399 € et 245 €.

The Aveine and Aveine Essentiel connected aerators work using an app that lists over 100 000 wines. It determines then manages the device for optimum enjoyment of the selected wine. Price to the public: €399 and €245.

Pompe de mise sous vide manuelle pour la conservation du vin + deux bouchons, Vin Bouquet. Un signal sonore indique la fin du processus de mise sous vide. Prix public : environ 10,80 €.

Manual vacuum pump for preservation of wine + 2 stoppers, Vin Bouquet. A sound signal alerts the user to the end of the vacuum process. Price to the public: around €10.80.



Jean Dubost Laguiole Sommelier Millésime, collection Sense Black Edition. Lame coupe capsule, mèche 5 spires, crapaud et mitre en acier inoxydable. Manches 100 % en déchets plastique collectés et recyclés en France. Conçu et fabriqué à Thiers (France). Prix public : 135 €.

Jean Dubost Laguiole Millésime corkscrew, Sense Black Edition collection. Foil cutter blade, 5-spiral screw, stainless steel corkscrew and lever. Handle made of 100 % plastic waste collected and recycled in France. Designed and made at Thiers (France). Price to the public: €135.



Présentée notamment au salon The Inspired home show en mars dernier, la carafe Swirling est la dernière innovation de Vacuvin. Un léger mouvement suffit à la faire tourbillonner grâce à sa base en liège naturel, et ainsi aérer le vin. Un objet idéal pour l'offre cadeau, conçu pour animer la table, convenant aussi bien aux vins rouges âgés qu'aux jeunes. Prix public : 84,99 €.

Presented at The Inspired Home Show in March, the Swirling carafe is the latest innovation from Vacuvin. All that is needed to swirl the wine round is a light movement, thanks to the natural cork base – aerating the wine. It makes an ideal gift and is designed to enliven the dining table. It is suitable for both aged and young red wines. Price to the public: €84.99.

également sur la R&D et l'exclusivité de ses produits, développés depuis sa création en partenariat avec le studio français Phi Design, pour trouver sa place auprès des amateurs de vin européens. Elle a par exemple créé Ace, un tire-bouchon électrique à champagne destiné à sécuriser l'ouverture de la bouteille grâce à une zone "tampon" brevetée qui absorbe le choc d'extraction. L'appareil est fourni avec le bouchon Bubble qui permet de conserver les bouteilles de champagne et de bières jusqu'à 7 jours après ouverture. Cheer Moda qui vise une distribution via les réseaux spécialistes des articles d'art de la table et culinaires, décline ainsi ses produits selon le concept Perfect 7 qui répond à « *tous les besoins d'un amateur de vin : température, ouverture, aération, service, dégustation, préservation, conservation* », énumère Astrid Rousselin, cofondatrice de la branche française de Cheer Moda.

S'il existe un marché pour les ustensiles électriques avec les consommateurs à la recherche d'outils pour se faciliter la vie et/ou épater leurs hôtes et autres early adopters, il faut bien entendu répondre aux besoins des amateurs "puristes" pour qui ouvrir une bouteille avec un appareil électrique est impensable. Ce n'est pas antinomique avec l'innovation, fait remarquer Annabelle Geffroy (Peugeot Saveurs) : « *De nouvelles finitions, des éditions exclusives ou encore le rajeunissement de tire-bouchons qui ont été vus et revus, c'est aussi une façon de démarquer son offre de l'entrée de gamme.* » Car, oui, l'innovation réside aussi dans les détails ! ●



L'histoire de BOJ a débuté en 1905 à Eibar, au nord de l'Espagne, dans une région à la longue tradition du travail des métaux, proche de La Rioja et Navarre, deux contrées connues grâce à leur activité viticole. L'entreprise familiale tire son nom des initiales de ses 3 fondateurs Barrenetxea, Olañeta et Juaristi. Spécialisée dans la fabrication et l'estampage artisanal d'objets en acier, BOJ lance en 1932 le tire-bouchon Hibou, imaginé par David Olañeta, et aujourd'hui répertorié comme l'un des 250 objets emblématiques de l'histoire du design industriel espagnol. Cet ustensile est reconnaissable grâce à ses 2 rivets qui simulent les yeux d'un rapace. The story of BOJ began in 1905 in Eibar in northern Spain, an area with a long metalworking tradition near the regions of La Rioja and Navarre - two regions acclaimed for their winemaking activity. The family-run business takes its name from the initials of its three founders: Barrenetxea, Olañeta and Juaristi. BOJ specialises in the manufacturing and stamping of artisan steel items, and has launched in 1932 the Hibou corkscrew designed by David Olañeta and now listed as one of the 250 iconic objects in the story of Spanish industrial design. The item is easily recognised from the 2 rivets that recall the eyes of a bird of prey.

Koala®
koalaspain.com

NEW

IceRock

The fastest cooler

