

LA START-UP VINICOLE MONTE EN PUISSANCE

Une vendange de 3,3 millions pour Invineo

En pleine crise sanitaire, Thierry Tacheny réussit l'exploit de lever plus de 3 millions d'euros pour son « Nespresso du vin ». Parmi les nouveaux investisseurs, le multi-entrepreneur Philippe Lhomme va aider à ouvrir les portes du marché français. FRÉDÉRIC BRÉBANT

Un jour, il sera peut-être présenté comme le Steve Jobs du secteur vinicole. Du moins si son invention finit par séduire la planète entière. A 61 ans, Thierry Tacheny partage un point commun avec le fondateur d'Apple: son aventure entrepreneuriale a débuté aussi dans un garage, après une première vie professionnelle bien remplie dans le monde de la pub et des médias.

Notamment patron des chaînes de télé flamandes VIER et VIJF au début des années 2010, ce Wallon pure souche a décidé de quitter la scène audiovisuelle en 2015 pour concrétiser « un projet innovant et disruptif dans le secteur de la vente et de la distribution de vin » (*sic*). En clair, Thierry Tacheny s'est mis en tête de révolutionner le marché des boissons alcoolisées avec une machine high-tech « qui préserve, rafraîchit, contrôle et sert le vin avec précision ».

Séduisant sur le papier, son distributeur « connecté et intelligent » n'existait pas encore à l'époque où l'homme a changé de vie et c'est donc dans un garage – coucou Steve Jobs – que l'entrepreneur néophyte a développé, un an plus tard, le premier prototype d'une machine qui sera rapidement surnommée « le Nespresso du vin ». Que les amateurs de

grands crus se rassurent: l'idée n'est pas de commercialiser du vin lyophilisé en capsule, mais bien de vrais nectars grâce à un système qui évoque davantage le concept du *bag-in-box*, mais dans une version plus glamour et surtout beaucoup plus techno que le simple cubi. Au cœur de la machine, des cartouches de deux litres se lovent dans un distributeur connecté qui permet non seulement de choisir la température idéale du vin, mais surtout de collecter toute une série de données pour mieux gérer le réassortiment.

De précieux partenaires

Pour mener à bien son ambitieux projet, Thierry Tacheny a mis lui-même la main au portefeuille et convaincu son entourage proche – les fameux « trois F » (*Fools, Family & Friends*) – de le suivre dans l'aventure. Nous sommes en 2016 et ces partenaires apportent ensemble 750.000 euros au capital de la start-up Invineo fraîchement créée. Dans la foulée, ils obtiennent un prêt de 300.000 euros de la Région wallonne pour poursuivre les phases de conceptualisation et de prototypage du distributeur de vin connecté.

Reposant sur une technologie brevetée, le premier modèle Invineo suscite rapidement l'enthousiasme des quelques per-



sonnes testées dans le secteur horeca. Simple, économe, mesurable et rentable, la solution proposée par Thierry Tacheny s'adresse en effet en priorité au marché *B to B* (*business to business*) qui constate, depuis quelques années déjà, une augmentation constante de la consommation de vin au verre dans les bars et les restaurants.

Mais encore faut-il pouvoir fabriquer des machines en nombre et surtout les commercialiser pour satisfaire une éventuelle demande du marché. Au printemps 2018, le fondateur d'Invineo décide donc de passer la vitesse supérieure en finalisant une importante levée de fonds. Persuasif, Thierry Tacheny réussit à rassembler la somme rondelette de 2,7 millions d'euros auprès d'investisseurs tant privés que publics : la société Cinoco-Palais du Vin (premier distributeur indépendant de vin en Belgique) met plus d'un million sur la table, à l'instar de deux investissements publics (la SRIW et Namur Invest) qui déboursent ensemble la même somme, tandis que les actionnaires historiques (l'entrepreneur et ses « trois F ») remettent quelque 500.000 euros dans l'aventure.

Viva Las Vegas

Grâce à cet apport d'argent frais, le fondateur d'Invineo peut non seulement quitter son petit garage d'Anderlecht et installer son équipe dans des ateliers plus vastes à Court-Saint-Etienne, mais peut surtout lancer la production d'une deuxième génération de machines plus performantes. « L'idée était de tester les nouvelles versions des distributeurs connectés chez une cinquantaine de restaurants et d'hôteliers pour sonder le marché en conditions réelles, se souvient Thierry Tacheny. Avec des essais concluants, nous pouvions alors démarrer le processus d'industrialisation. »

Pendant deux ans, Invineo place, teste et peaufine ses machines. Les retours sont positifs et les premiers contrats se dessinent. Ambitieux, l'entrepreneur voit bien au-delà des frontières belges et participe, en janvier dernier, au Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas, le plus important salon de l'élec-

tronique grand public. Son invention détonne et les marques d'intérêt se multiplient, du Canada au Japon, en passant par l'Espagne, la Grande-Bretagne et l'Australie.

Aujourd'hui, Thierry Tacheny peut se targuer d'avoir signé une douzaine de contrats et de compter quelques clients renommés comme l'hôtel Sheraton de Zaventem, le Sportpaleis d'Anvers, plusieurs restaurants, ainsi que les hôtels du Parc Astérix. Mais le plus dur reste à faire : lancer une vraie production en série et, surtout, commercialiser les distributeurs à plus grande échelle.



De nouveaux investisseurs

Coûteuse, cette nouvelle étape exige de l'argent frais et ce n'est pas sans une certaine fierté que Thierry Tacheny nous annonce aujourd'hui la clôture d'une nouvelle levée de fonds de 3,3 millions d'euros, portant ainsi le capital d'Invineo à 6,7 millions. « Nous avons réussi cet exploit en pleine crise du Covid-19 alors que le secteur horeca est à l'arrêt, se réjouit le fondateur de la start-up fraîchement installée à Gembloux. Notre distributeur connecté est validé sur le plan opérationnel, nous sommes entrés dans le marché, nous avons nos premiers clients et nous pouvons maintenant passer la vitesse supérieure grâce à l'appui des actionnaires existants, mais aussi de nouveaux entrants. »

À côté des partenaires historiques qui ont remis la main au portefeuille, Thierry Tacheny a pu en effet compter sur le soutien de nouveaux investisseurs parmi les-

quels on trouve un certain Philippe Lhomme qui a injecté 800.000 euros dans Invineo à travers sa société Anthropolos. Cet entrepreneur multiple et plutôt discret est actif dans des secteurs aussi éparés que les salons (Batibouw, Cocoon, Le Salon des Vacances, etc.), les médias (*Psychologies Magazine*) et l'industrie des loisirs (les cinémas Imagix, le cabaret parisien Crazy Horse, etc.). « Je suis un adepte du capitalisme personnalisé et je suis très heureux d'investir dans l'entreprise de Thierry Tacheny, confie Philippe Lhomme. C'est un magnifique projet que je suis depuis longtemps et auquel je n'avais pas encore participé parce que je ne voulais pas mélanger amitié et investissement. Mais je dois avouer que j'ai été impressionné par l'accueil au CES de Las Vegas et je n'ai donc pas pu résister à l'envie de rejoindre ce projet qui a pris, en plus, une nouvelle dimension avec la crise actuelle. Car Invineo est une vraie machine de l'ère Covid-19 puisqu'elle dispose d'un véritable avantage sur le plan de la sécurité alimentaire vu le peu de manipulations qu'elle exige. »

Objectif France

Egalement brandi par l'actionnaire Gilles Nolet, administrateur délégué du groupe Cinoco-Palais du Vin (qui a réinjecté de l'argent dans Invineo au nom de sa société, mais aussi à titre personnel), ce nouvel argument sanitaire devrait être commercialement porteur pour les distributeurs connectés.

Mais Thierry Tacheny compte surtout sur le précieux carnet d'adresses que possède Philippe Lhomme à Paris pour attaquer vigoureusement le marché français. Le propriétaire du Crazy Horse est notamment président du Camulc en France – le syndicat national des cabarets, music-halls et lieux de création – et son ancrage dans l'événementiel à travers ses différents salons devrait également contribuer à doper la notoriété du « Nespresso du vin » dans les mois à venir.

Grâce à ce nouvel attelage financier, Thierry Tacheny espère installer une centaine de nouvelles machines dans le secteur horeca d'ici la fin de l'année, avant de lancer sans doute une dernière opération financière pour soutenir la croissance d'Invineo et exporter encore davantage le concept. ©