



Filière Restauration : Avec WID, la bouteille de vin devient connectée

publié le 30/07/2015 - mis à jour le 06/08/2015

Descriptif :

La RFID débarque dans le vin avec WID (Wine-ID).

La RFID débarque dans le vin avec WID (Wine-ID). La jeune société française tague les bouteilles afin d'assurer la traçabilité des grands crus et de faciliter les inventaires sans manipuler les bouteilles. Et pour le consommateur, il peut via son smartphone accéder à la fiche détaillée du produit.

WID s'est emparé de la RFID pour répondre aux attentes du milieu viticole, à savoir la contrefaçon du vin et la traçabilité du produit. L'opération de marquage se fait à la source, lors de la mise en bouteille, avec l'application d'une étiquette RFID haute fréquence sur le col. "Nous pouvons aussi la glisser sous l'étiquette du vin, ou encore la personnaliser selon l'identité du producteur ou du fournisseur", explique Alexandre Mongrenier, cofondateur de l'entreprise. Après cette étape, chaque bouteille dispose d'un numéro d'identification unique, qui permet à l'exploitant agricole de connaître exactement le niveau du stock, et d'assurer une traçabilité pour son fournisseur, comme le consommateur.

Autre avantage



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.