

Vin GPT: quand l'intelligence artificielle se met au service de la vigne

Le rôle de l'intelligence artificielle dans la création d'une cuvée de vin bio



Le duo de négociants en vin Aubert&Mathieu s'est servi de ChatGPT pour créer une cuvée de vin bio baptisée "The End". L'IA a également été utilisée pour déterminer la stratégie marketing et la communication autour du produit.

Rédiger des textes, coder ou encore s'improviser avocat ou

médecin... Les possibilités offertes par ChatGPT, l'intelligence artificielle développée par OpenAI, semblent presque infinies. De manière plus surprenante, l'intelligence artificielle développée par OpenAI peut également servir à produire du vin.

Basés à Carcassonne (Languedoc), les négociants Aubert&Mathieu ont créé "The End", un vin bio exclusif grâce aux suggestions de l'interface conversationnelle ChatGPT. "On s'est dit: 'pourquoi pas lui demander de nous aider de A à Z sur la production et la distribution?'. On se rend compte que ChatGPT, c'est de la création de contenus et de l'analyse de données. On a essayé de combiner les deux ", expliquent Anthony Aubert et Jean-Charles Mathieu, fondateurs d'Aubert&Mathieu et invités de Tech&Co jeudi 30 novembre. Objectif: innover et se démarquer de la concurrence.

La stratégie marketing et communication par ChatGPT

"Nous lui avons expliqué que l'on avait deux cépages, du grenache et du syrah, et que l'on voulait son avis sur la vinification et l'assemblage en nous donnant les proportions" à adopter, poursuivent les deux entrepreneurs qui ont ensuite appliqué les indications de l'IA. L'entreprise, basée à Carcassonne, s'est également servie du chatbot d'OpenAI pour élaborer l'étiquette, trouver un nom à la cuvée ainsi que pour produire un communiqué de presse et un plan marketing en adéquation avec les objectifs fixés par la demande de départ.

Par ailleurs, la bouteille qui sert de contenant au spiritueux a également été préconisée par ChatGPT qui l'a estimée idéale pour mettre en valeur le vin des deux négociants. L'IA s'est également prononcée sur le prix de vente de la bouteille compris entre 50 euros et 100 euros et qui, finalement, coûte 29,95 euros.

"ChatGPT est là pour aider la décision plutôt que pour décider

par lui-même. Il n'a pas révolutionné la manière dont nous faisons le vin. Mais nous pensons qu'en l'entraînant, il peut nous aider à créer des profils de vin en fonction des attentes des consommateurs", détaillent Anthony Aubert et Jean-Charles Mathieu. Commercialisée uniquement via leur site Internet, la cuvée conditionnée par les deux négociants est limitée à 600 bouteilles.