



## DirectWithArtist La musique autrement

Si Internet a mis à mal le CD, il n'a pas tué les artistes. Bien au contraire. La preuve avec DirectWithArtist, une plateforme collaborative qui propose de jouer un rôle dans l'histoire de ses artistes favoris. Lancé en septembre dernier par Grégory Costa et labellisée NovacitY en mai 2009, DirectWithArtist invite les internautes à s'impliquer dans la mise sur pied d'un projet musical - tournée, premier EP, festival... - via une participation financière. En remerciement, les participants reçoivent, de la part des artistes soutenus, des bonus définis en fonction des montants investis : places de concert, albums, rencontre... Les internautes associés à un projet peuvent aussi s'impliquer dans son développement. À la clé : des récompenses exclusives. Bien plus qu'un simple investissement, DirectWithArtist fédère ainsi les intérêts de chacun, professionnels de la musique et aficionados désireux d'embarquer dans une, voire plusieurs, aventure musicale.

+ sur [www.directwithartist.com](http://www.directwithartist.com)

## Cavissima, cave à vin 2.0

Faire sa cave... en quelques clics grâce à Cavissima. Un concept innovant récompensé par une médaille d'argent aux derniers Trophées e-commerce.



**Se constituer une cave à vin en choisissant parmi 400 références, stocker ses bouteilles dans un endroit sécurisé, suivre leur vieillissement et les boire avant qu'elles ne passent, le tout en ne bougeant que le petit doigt.** C'est ce que propose Cavissima aux amateurs de nectar des dieux sachant manier la souris. Créé en octobre 2009 par Thierry Goddet, qui a depuis embauché un webmaster et un commercial, ce concept permet de gérer sa cave de A à Z via le site [www.cavissima.com](http://www.cavissima.com), les bouteilles étant stockées en Bourgogne. Un bon moyen de se faire plaisir et de se simplifier la vie. "Nombreux sont les Français qui vivent à l'étranger et sont dans l'impossibilité d'avoir une cave à vin chez eux, explique Thierry Goddet. Même chose pour les urbains, souvent confrontés à un manque de place... sans parler des cambriolages". En ligne depuis janvier dernier, le site s'est offert, en septembre, une version encore plus fonctionnelle. Fonctionnalité qui lui a d'ailleurs valu une médaille d'argent dans la catégorie Back Office et Logistique aux Trophées e-commerce 2010. "Une récompense qui, comme le label NovacitY reçu en mars dernier, est décernée par des professionnels et vient couronner un travail innovant",

confie Thierry Goddet. Ainsi, après avoir fait son marché sur la boutique en ligne, l'heureux propriétaire peut réaliser le suivi de sa cave en quelques clics. Tableau de bord indiquant le nombre de bouteilles et la valeur financière de la cave, prévisionnel affichant la période d'apogée des vins, factures téléchargeables, sélection des bouteilles à sortir, gestion de ses adresses de livraison... Il est même possible de visiter sa cave : au passage de la souris sur les bouteilles, les caractéristiques du vin s'affichent... on s'y croirait ! Des outils pratiques qui viennent couronner un service de qualité. "John Euvrard, Meilleur Ouvrier Sommelier de France 2007, effectue la sélection des vins, qui sont ensuite pris en charge par un sous-traitant bourguignon des plus fiables, explique Thierry Goddet. Des partenaires d'exception pour des caves d'exception". Et pour les passionnés à la curiosité gouleuse, direction le blog de Cavissima : vidéos de dégustations et autres portraits de vigneron devraient les rassasier.

+ sur [www.cavissima.com](http://www.cavissima.com)

Morgane Gaillard



## Sonora, une commercialisation intensive

**Éphémérides, chroniques d'actualité, jeux sonores et musicaux... Voix d'Or, c'est six heures de programmes radiophoniques adaptés aux personnes âgées ou atteintes de la maladie d'Alzheimer, et renouvelés chaque mois. Commercialisé par Sonora, créé en janvier dernier par Lina Braunschweig, psychothérapeute et femme de radio, et aussitôt labellisée NovacitY, cet outil sonore, actuellement en évaluation scientifique aux HCL, s'accompagne d'une formation à destination du personnel des établissements d'accueil. En réveillant la mémoire affective des personnes âgées, Voix d'Or constitue un support de relation et un vecteur d'animation à visée thérapeutique. Avec 180 000 € levés en juin dernier grâce au Département du Rhône, à la Région Rhône-Alpes et au business angel Angelor, Sonora s'est lancé sur le chemin du développement commercial. Objectifs : séduire les organismes de retraite et de prévoyance et les maisons de retraite pour compter 200 abonnés à fin 2011.**

+ sur [www.voixdor.fr](http://www.voixdor.fr)

